

# Umfrageergebnisse zur Wahrnehmung und Effektivität der EU-P2B-Verordnung (2019/1150)

November 2024

## 1. Teilnehmerstruktur

- **Anzahl der Befragten:** 151 Hoteliers
- **Verteilung der Hotelarten:**
- **Individualhotels:** 61% (92 Teilnehmer)
- **Gruppenhotels (<10 Properties):** 29% (44 Teilnehmer)
- **Hotelketten (>10 Properties):** 10% (15 Teilnehmer)
- **Geografische Verteilung:**
  - Deutschland: 69% (104 Teilnehmer)
  - Österreich: 19% (29 Teilnehmer)
  - Schweiz: 12% (18 Teilnehmer)

## 2. Wahrnehmung der Transparenzverbesserungen

**Frage 1:** Hat die Einführung der 15-Tage-Frist für Vertragsänderungen Ihre Planungssicherheit erhöht?

### Individualhotels:

- Ja: 51%
- Nein: 39%
- Keine Meinung/Keine Änderung wahrgenommen: 10%

### Gruppenhotels:

- Ja: 64%
- Nein: 27%
- Keine Meinung/Keine Änderung wahrgenommen: 9%

### Hotelketten:

- Ja: 80%

- Nein: 13%
- Keine Meinung/Keine Änderung wahrgenommen: 7%

**Frage 2:** Wie bewerten Sie die Offenlegung der Ranking-Kriterien (Art. 5)?

**Individualhotels:**

- Positiv: 38%
- Negativ: 52%

**Gruppenhotels:**

- Positiv: 34% (22 Teilnehmer)
- Negativ: 66% (19 Teilnehmer)

**Hotelketten:**

- Positiv: 28%
- Negativ: 66%

**Frage 3:** Fehlen Ihnen wichtige Informationen, um Ihre Platzierung oder Ihre Angebote zu verbessern?

- Ja: 71%
- Nein: 19%
- Keine Meinung/Keine Änderung wahrgenommen: 10%

### 3. Wahrnehmung der Fairness

**Frage 4:** Haben Sie das Gefühl, dass die P2B-Verordnung Ihre Verhandlungsposition verbessert hat?

**Individualhotels:**

- Ja: 8%
- Nein: 87%
- Keine Meinung: 5%

**Gruppenhotels:**

- Ja: 41%
- Nein: 52%

- Keine Meinung: 7%

**Hotelketten:**

- Ja: 73%
- Nein: 20%
- Keine Meinung: 7%

**Frage 5:** Wie bewerten Sie die Möglichkeiten der Plattformen, Provisionen einseitig zu erhöhen?

**Individualhotels:**

- Sehr kritisch: 91%
- Kritisch: 7%
- Keine Meinung: 2%

**Gruppenhotels:**

- Sehr kritisch: 73%
- Kritisch: 20%
- Keine Meinung: 7%

**Hotelketten:**

- Sehr kritisch: 53%
- Kritisch: 40%
- Keine Meinung: 7%

#### 4. Bewertung von Beschwerdemechanismen

**Frage 6:** Haben Sie Erfahrung mit Streitbeilegungs-/Beschwerdemechanismen?

**Individualhotels:**

- Ja: 41%
- Nein: 59%

**Gruppenhotels:**

- Ja: 50%
  - Nein: 50%
- Gründe:

Zu kompliziert (45%)

Kein Bedarf (55%)

**Hotelketten:**

- Ja: 67%
- Nein: 33%

**Frage 7:** Empfinden Sie Streitbeilegungs-/Beschwerdemechanismen als hilfreich?

**Individualhotels:**

- Ja: 67%
- Nein: 33%

**Gruppenhotels:**

- Ja: 43%
- Nein: 57 %

**Hotelketten:**

- Ja: 67%
- Nein: 33%

**Frage 8:** Haben Sie den „Partner Hub“ von Booking.com genutzt?

**Individualhotels:**

- Ja: 34%
- Nein: 66%

**Gruppenhotels:**

- Ja: 50%
- Nein: 50%

**Hotelketten:**

- Ja: 67%
- Nein: 33%

**Frage 9:** Haben Sie Erfahrungen mit Mediationsdiensten gemacht?

**Individualhotels:**

- Ja: 15%

- Nein: 85%

**Gruppenhotels:**

- Ja: 36%
- Nein: 64%

**Hotelketten:**

- Ja: 53%
- Details:  
63% positiv, 37% negativ.
- Nein: 47%

## 5. Wahrnehmung technologischer Entwicklungen

**Frage 10:** Wie bewerten Sie den Einsatz von KI-gestützten Ranking-Systemen?

**Individualhotels:**

- Positiv: 19%
- Negativ: 62%
- Keine Meinung: 19%

**Gruppenhotels:**

- Positiv: 36%
- Negativ: 45%
- Keine Meinung: 19%

**Hotelketten:**

- Positiv: 47%
- Negativ: 40%
- Keine Meinung: 13%

## 6. Verständlichkeit der AGB / Vertragsbedingungen

**Individualhotels:**

- Positiv: 13%
- Negativ: 62%
- AGB / Verträge nicht vorliegen oder nicht gelesen: 25%

### **Gruppenhotels:**

- Positiv: 27%
- Negativ: 54%
- AGB / Verträge nicht vorliegen oder nicht gelesen: 19%

### **Hotelketten:**

- Positiv: 22%
- Negativ: 65%
- Keine Meinung: 13%

## **Wahrnehmung der Hoteliers in Bezug auf die Transparenz der OTAs**

Die Transparenz der OTAs wird von Hoteliers, insbesondere von Individualhotels, als unzureichend wahrgenommen. Die Einführung der 15-Tage-Frist für Vertragsänderungen (Frage 1) wurde zwar von 51 % der Individualhotels und 64 % der Gruppenhotels als positiv bewertet, jedoch zeigt sich bei der Offenlegung der Ranking-Kriterien gemäß Artikel 5 der EU-P2B-Verordnung (Frage 2) ein überwiegend negatives Bild. Nur 38 % der Individualhotels und 34 % der Gruppenhotels bewerteten die Transparenz der Ranking-Kriterien als positiv, während 52 % bzw. 66 % diese als negativ einstufen. Auch die Hoteliers aus Hotelketten sehen mit 66 % die Transparenz der Rankings kritisch.

Besonders gravierend ist die Tatsache, dass 71 % der Hoteliers (Frage 3) angeben, wichtige Informationen zur Optimierung ihrer Platzierung oder Angebote zu vermissen. Dieser Mangel wird vor allem bei Individualhotels als problematisch wahrgenommen, da sie im Vergleich zu größeren Hotelgruppen oder Ketten weniger Ressourcen zur Analyse und Anpassung ihrer Strategien haben. Die technologischen Entwicklungen, wie der Einsatz von KI-gestützten Ranking-Systemen (Frage 10), verstärken dieses Problem. 62 % der Individualhotels und 45 % der Gruppenhotels bewerten den Einsatz solcher Systeme negativ, was auf fehlende Transparenz in den Algorithmen und deren Auswirkungen auf die Platzierung zurückzuführen ist. Die Umfrage zeigt deutlich,

dass die P2B-Verordnung zwar Fortschritte bei der Transparenz verspricht, die praktischen Herausforderungen aber weiterhin groß bleiben, insbesondere für kleinere Hotelbetriebe.

### **Wahrnehmung der Hoteliers in Bezug auf Fairness in Kündigungsfristen, Vertragsbedingungen sowie Beschwerdemechanismen und Mediation**

Die Wahrnehmung der Fairness der P2B-Verordnung fällt unter Hoteliers gemischt aus und zeigt klare Unterschiede zwischen Individualhotels, Gruppenhotels und Hotelketten. Die Einführung der 15-Tage-Frist für Vertragsänderungen (Frage 1) wird zwar von einer Mehrheit der Hoteliers als positiv bewertet (51 % der Individualhotels, 64 % der Gruppenhotels, und 80 % der Hotelketten), dennoch bleiben grundlegende Defizite in anderen Bereichen bestehen.

Eine zentrale Kritik betrifft die Vertragsbedingungen und insbesondere die Möglichkeit der Plattformen, Provisionen einseitig zu erhöhen (Frage 5). Dies wird von 91 % der Individualhotels und 73 % der Gruppenhotels als „sehr kritisch“ bewertet. Auch Hotelketten sehen diese Praxis überwiegend kritisch (53 % „sehr kritisch“, 40 % „kritisch“). Diese Ergebnisse verdeutlichen das empfundene Machtungleichgewicht zwischen Hoteliers und Plattformen, wobei Individualhotels besonders stark benachteiligt sind.

Die Verständlichkeit der AGB und Vertragsbedingungen (Frage 6) stellt ein weiteres Problem dar. Nur 13 % der Individualhotels und 27 % der Gruppenhotels bewerten die AGB als verständlich, während 62 % bzw. 54 % sie negativ beurteilen. Bei Hotelketten liegt der Anteil der negativen Bewertungen sogar bei 65 %. Bemerkenswert ist, dass 25 % der Individualhotels und 19 % der Gruppenhotels angeben, die AGB entweder nicht vorliegen zu haben oder nicht gelesen zu haben. Dies unterstreicht eine fehlende Kommunikation oder Klarheit seitens der Plattformen.



HOSPITALITY SALES  
& MARKETING ASSOCIATION

Die Nutzung von Beschwerdemechanismen (Frage 6 und 7) ist ebenfalls gering ausgeprägt. Während 41 % der Individualhotels angeben, Erfahrung mit solchen Mechanismen zu haben, empfinden nur 67 % diese als hilfreich. Bei Gruppenhotels zeigt sich ein ähnliches Bild: 50 % haben Erfahrung mit Beschwerdemechanismen, jedoch beurteilen 57 % diese als nicht hilfreich. Mediationsdienste (Frage 9) werden besonders selten genutzt, insbesondere von Individualhotels (nur 15 % haben Erfahrung damit). Während größere Hotelketten häufiger auf solche Dienste zurückgreifen (53 %), bewerten auch sie deren Effektivität nur gemischt (63 % positiv, 37 % negativ).

Die Umfrageergebnisse verdeutlichen, dass die P2B-Verordnung in Bezug auf Fairness in Kündigungsfristen und Vertragsbedingungen sowie bei Beschwerdemechanismen noch erhebliche Schwächen aufweist. Besonders kleinere Hotelbetriebe benötigen hier stärkere Unterstützung, um ihre Verhandlungsposition gegenüber Plattformen zu verbessern und von den Mechanismen der Verordnung tatsächlich zu profitieren.