



MFG vom Hotelverband

HSMAday 2026 · Impuls · 3. September 2026 · Berlin · Markus Luthé · Hotelverband Deutschland (IHA)



Prolog

Nun, da sich der Vorhang der Nacht von der Bühne hebt

Und das Spiel begonnen hat

Berichten wir vom Drama einer Kultur

DMA, P2B, CRA

DSA, VBER und ViDA,

DAC7, ODR und STR

DSM, DFA — ihr wart so klar

Hospitality Festival upnxt

München, 12. Juni 2024



Brüssel und die Plattformen...

- Verordnung (EU) 2019/1150 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten (**Platform-to-Business Regulation – P2B**) vom 20. Juni 2019
- Richtlinie (EU) 2019/2161 zur **besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union** vom 27. November 2019
- **Selbstverpflichtung** von Booking.com und Expedia für mehr Transparenz vom 20. Dezember 2019
- Richtlinie (EU) 2021/514 über die Zusammenarbeit der Verwaltungsbehörden im Bereich der Besteuerung und zur Modernisierung des Steuerverfahrensrechts (**DAC7**) vom 22. März 2021
- Verordnung (EU) 2022/720 der Kommission zu vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen (**VBER**) vom 10. Mai 2022
- Verordnung (EU) 2022/1925 über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor (**Gesetz über digitale Märkte - DMA**) vom 14. September 2022
- Verordnung (EU) 2022/2065 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste (**Gesetz über digitale Dienste - DSA**) vom 19. Oktober 2022
- Verordnung über die Erhebung und den Austausch von Daten im Zusammenhang mit Dienstleistungen im Bereich der kurzfristigen Vermietung von Unterkünften (**STR-Regulierung**)
- Verordnung (EU) 2024/1689 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Juni 2024 zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz (**AI-Act**)
- Mehrwertsteuer im digitalen Zeitalter (**VAT in the Digital Age – ViDA**) vom 11. März 2025
- Demnächst: **Digital Fairness Act (DFA)** im Q4 2026?

**Digital
Markets
Act**

DMA

DSA

**Digital
Services
Act**

DFA

**Digital
Fairness
Act**

**Platform
2
Business
Regulation**

P2B

Digital Markets Act

DMA

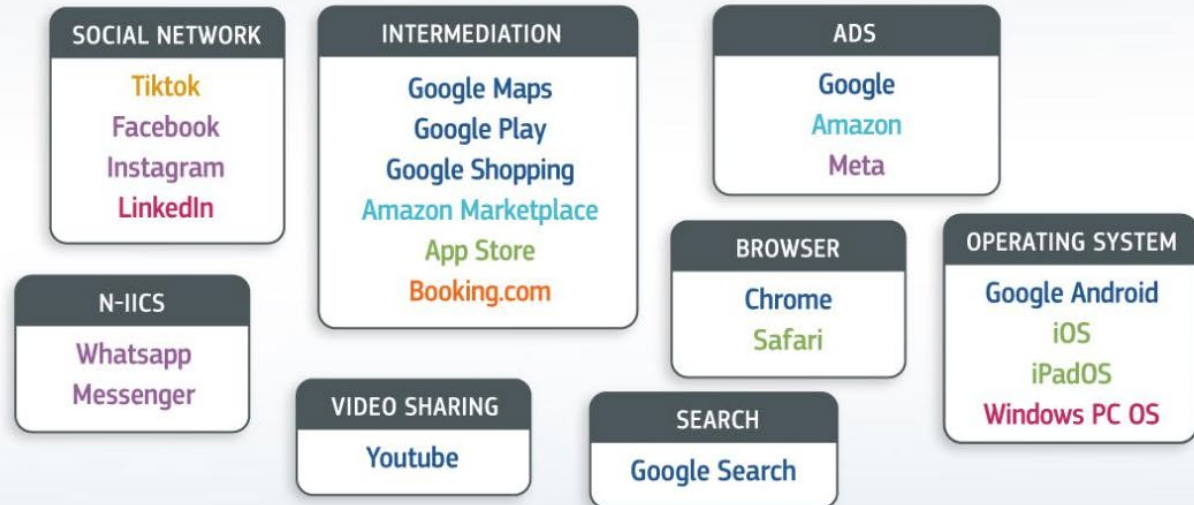




Gatekeeper



Core Platform Service





Conservatorium
van Amsterdam



Booking.com

Booking Holdings Inc.'s Digital Markets Act Compliance Report

PUBLIC SUMMARY
NOVEMBER 2025

Nichteinhaltung

- § Art. 5 (3) – Verbot von Ratenparitätsklauseln
- § Art. 5 (4) – Direkter Zugang zum Verbraucher
- § Art. 5 (7) – Zahlungssysteme
- § Art. 6 (5) – Verbot der Selbstbevorzugung
- § Art. 6 (10) – Datenzugang



DMA 6 (5) – Selbstbevorzugung

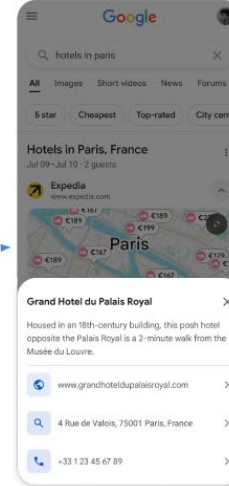
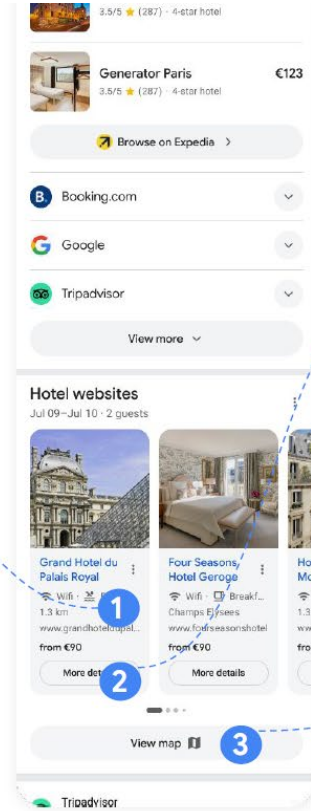
„Der Torwächter darf von ihm selbst angebotene Dienstleistungen und Produkte beim Ranking sowie bei der damit verbundenen Indexierung und dem damit verbundenen Auffinden gegenüber ähnlichen Dienstleistungen oder Produkten eines Dritten nicht bevorzugen. Der Torwächter muss das Ranking anhand transparenter, fairer und diskriminierungsfreier Bedingungen vornehmen.“



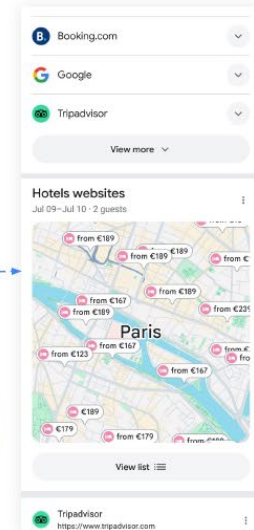
Supplier Unit

Click Targets

1. Click on an entity
Directly to supplier website



2. Click on more details
Opens info card bottom sheet with point of interest (POI) data (phone, address, website link, etc)



3. Click on View map
Expands map inline

Google verstößt gegen DMA: EU-Kommission verhängt 890 Millionen Euro Geldbuße

PRESSEARTIKEL

23. Juli 2026 — Vertretung in Deutschland — Lesedauer: 2 Min

Die Europäische Kommission hat zwei Entscheidungen zu Verstößen von Google gegen das Gesetz über Digitale Märkte (DMA) getroffen: Google hat gegen den DMA verstoßen, indem es zum einen seine eigenen Dienste in der Google-Suche bevorzugt hat; zum zweiten hat der Konzern Unternehmen daran gehindert, Verbraucher auf alternative, oft günstigere Verkaufskanäle auf Google Play weiterzuleiten (Steering). Deshalb hat die EU-Kommission gegen Google Geldbußen in Höhe von 460 Millionen Euro sowie in Höhe von 430 Millionen Euro verhängt.

Entschlossene, aber ausgewogene Maßnahmen

Teresa Ribera, Exekutiv-Vizepräsidentin für einen sauberen, gerechten und wettbewerbsfähigen Wandel, sagte: *„Google hat die Bestimmungen des Gesetzes über digitale Märkte nicht ordnungsgemäß eingehalten, und wir haben heute entschlossene, aber ausgewogene Durchsetzungsmaßnahmen ergriffen, um diese Verstöße zu ahnden. Die besten Produkte sollten sich durchsetzen, weil sie besser sind – und nicht, weil sie dem Unternehmen gehören, das die Suchmaschine betreibt. Und die europäischen Verbraucher haben ein Recht darauf, von den App-Entwicklern darüber informiert zu werden, wo sie die besten Angebote in Anspruch nehmen können – auch wenn der Betreiber des App-Stores daran nicht beteiligt ist. Das ist das Versprechen des DMA: Fairness, Auswahl und Innovation auf den digitalen Märkten zum Wohle aller europäischen Bürger zu schützen.“*

Maßnahmen, die Google ergreifen muss

Die Europäische Kommission hat Google angewiesen:

1. Drittanbieter-Dienste, die in den Suchergebnissen von Google erscheinen, fair und diskriminierungsfrei im Vergleich zu den eigenen Diensten zu behandeln.
2. App-Entwicklern, die ihre Apps über den Google Play Store vertreiben, sowohl technisch als auch vertraglich die Möglichkeit zu geben:
 - frei zu kommunizieren;
 - Angebote zu bewerben;
 - Verträge mit Nutzern innerhalb und außerhalb des Google Play Stores abzuschließen.

Nächste Schritte

Google ist verpflichtet, den Entscheidungen der Kommission innerhalb von 60 Tagen nachzukommen; andernfalls drohen dem Unternehmen Zwangsgelder von bis zu 5 Prozent seines weltweiten Gesamtumsatzes.

Die Kommission steht weiterhin im Dialog mit Google, um die Einhaltung ihrer Entscheidungen und des DMA im Allgemeinen sicherzustellen.

Meet AI Mode

AI Mode is our most powerful AI search. Ask whatever's on your mind to get an AI powered response, and explore further with follow-up questions and helpful web links.

[Try it now](#)[AI Overviews](#)[AI Mode](#)[Lens](#)[Circle to Search](#)[AR](#)[Voice](#)[Discover](#)[Explore more](#)

Bisher verhängte DMA-Geldbußen



Entscheidung	Verstoß	Geldbuße
Apple 23. April 2025	App-Entwickler wurden daran gehindert, Nutzer frei und kostenlos auf günstigere Angebote außerhalb des App Store hinzuweisen („Anti-Steering“)	500 Mio. €
Meta 23. April 2025	Das „Consent or Pay“-Modell von Facebook und Instagram bot keine gleichwertige, weniger personalisierte Alternative ohne erzwungene Datenzusammenführung	200 Mio. €
Google/Alphabet 23. Juli 2026	Bevorzugung eigener Dienste wie Shopping, Hotels, Verkehr und Sport in der Google-Suche	460 Mio. €
Google/Alphabet 23. Juli 2026	Einschränkungen und überhöhte beziehungsweise zu lange erhobene Gebühren beim Weiterleiten von Google-Play-Nutzern zu externen Angeboten	430 Mio. €



DSA

**Digital
Services
Act**

Bereich	Praktische Bedeutung für die Hotellerie
Sperrung oder Entfernung eines Listings	Entfernt eine Plattform Angaben eines Hotels, beschränkt deren Sichtbarkeit oder sperrt ein Konto wegen eines behaupteten Rechts- oder AGB-Verstoßes, muss sie die Entscheidung grundsätzlich konkret begründen (Art. 17 DSA). Das Hotel kann über ein kostenloses internes Beschwerdesystem dagegen vorgehen (Art. 20) und anschließend eine zertifizierte außergerichtliche Streitbeilegungsstelle einschalten (Art. 21).
Beschwerden über rechtswidrige Bewertungen/Inhalte	Hotels können über das vorgeschriebene Notice-and-Action-Verfahren nach Art. 16 DSA rechtswidrige Inhalte melden, etwa möglicherweise beleidigende, verleumderische oder anderweitig rechtswidrige Bewertungen. Die Plattform muss die Meldung verarbeiten und über ihre Entscheidung informieren. Der DSA schafft allerdings keinen Anspruch auf Löschung bloß negativer Bewertungen; die Rechtswidrigkeit muss sich aus anderem Recht ergeben.
Identitätsprüfung der Hotels auf Buchungsplattformen	Art. 30 DSA führt ein „Know Your Business Customer“-/Trader-Traceability-Prinzip ein. Buchungsplattformen müssen insbesondere Identitäts-, Kontakt-, Register- und Zahlungsinformationen ihrer gewerblichen Anbieter erheben und auf Zuverlässigkeit prüfen. Hotels müssen diese Angaben korrekt und aktuell halten; ansonsten kann die Plattform das Angebot sperren.
Verbraucherinformationen auf Buchungsportalen	Nach Art. 31 müssen Online-Marktplätze technisch ermöglichen, dass Hotels ihre unionsrechtlich vorgeschriebenen vorvertraglichen Informationen vollständig angeben können („compliance by design“). Bestimmte Angaben zum Unternehmer müssen für Gäste klar zugänglich sein.
Rechtswidrige Beherbergungsangebote	Besonders interessant für die Kurzzeitvermietung: Erfährt eine Buchungsplattform, dass eine über sie angebotene Dienstleistung rechtswidrig ist, muss sie nach Art. 32 betroffene Verbraucher informieren – grundsätzlich für Käufe/Buchungen der vorausgegangenen sechs Monate. Das kann beispielsweise bei rechtswidrigen Beherbergungsangeboten relevant werden; ob eine konkrete Unterkunft „rechtswidrig“ ist, bestimmt aber das jeweilige materielle Recht, nicht der DSA.
Rankings und Empfehlungssysteme	Art. 27 verpflichtet Plattformen, die wesentlichen Parameter ihrer Empfehlungssysteme und deren relative Bedeutung verständlich offenzulegen. Für VLOPs kommt nach Art. 38 mindestens eine Empfehlungsoption hinzu, die nicht auf Profiling beruht. Das erhöht die Transparenz von Sortier- und Empfehlungssystemen, gibt einem Hotel aber keinen Anspruch auf Erläuterung seiner individuellen Rankingposition.
Werbung und Dark Patterns	Plattformwerbung muss als Werbung erkennbar sein; Werbender bzw. Zahler und wesentliche Targetingparameter müssen offengelegt werden (Art. 26). Art. 25 untersagt zudem bestimmte manipulative Interface-Gestaltungen. Wichtig: Soweit eine Praxis bereits von UGP-Richtlinie/UWG oder DSGVO erfasst wird, greift die spezielle DSA-Dark-Pattern-Regel nicht zusätzlich.

Fake 10 Downing Street listing exposes 'unfit' Booking.com, says consumer group

20 hours ago

Share

Save

 Add as preferred on Google

Liv McMahon

Technology reporter



Digital Services Act

Marco Rubio bezeichnet Millionenstrafe der EU gegen X als Angriff auf Amerika

Elon Musks Plattform X soll 120 Millionen Euro Strafe zahlen, weil sie europäische Transparenzregeln missachtet. US-Außenminister Marco Rubio reagiert empört und spricht von Zensur.

06.12.2025, 09:52 Uhr



2 Min



US-Außenminister Marco Rubio Foto: Paul Sancya/ AP/dpa





DFA

**Digital
Fairness
Act**

Fokus auf:

- Influencer (u.a. Transparenz und Compliance)
- Dark Patterns
- Suchterzeugende Designs
- Personalisierung von Werbung und Preisen
- **Preismarketing**
(dynamische Preise und irreführende Referenzpreise)
- Verwalten digitaler Verträge (u.a. Automatisierung, Transparenz)

Preismarketing



Problem: Unlautere Praktiken im Zusammenhang mit der Preisgestaltung

Beispiele: Drip Pricing, nachträgliche dynamische Preiserhöhungen oder vage Referenzpreise

Frage: Wirklich nötig?

Fanta Vier: „...ihr wart so klar...“

Platform 2 Business Regulation





DIGITAL SIMPLIFICATION PACKAGE



European Commission
Commission européenne

Henna Virkkunen

Exekutiv-Vizepräsidentin
für technologische Souveränität,
Sicherheit und Demokratie

Brüssel, 19. November 2025



Commission européenne
European Commission

Valdis Dombrovskis

Mitglied der Kommission
für Wirtschaft und Produktivität
sowie für die Umsetzung und
Vereinfachung



European Commission
Commission européenne

Michael McGrath

Mitglied der Kommission
für Demokratie, Justiz und
Rechtsstaatlichkeit

Schutzbereiche der P2B-Regulierung



Planbarkeit bei AGB- und Vertragsänderungen:

Klare Bedingungen, Vorankündigungen und ein Kündigungsrecht bei wesentlichen Änderungen

Schutz vor willkürlicher Durchsetzung:

Sperrungen, De-Listings oder Einschränkungen müssen begründet und auf definierte Gründe gestützt werden

Transparenz bei Ranking und Sichtbarkeit:

Offenlegung zentraler Ranking-Parameter – einschließlich des Einflusses von Vergütungen oder Paid-Programmen

Klarheit zu Affiliates und Weiterverbreitung:

Information darüber, über welche zusätzlichen Kanäle Angebote weiterverteilt werden

Regeln zu Datenzugang und Streitbeilegung:

Transparenz über Datennutzung, interne Beschwerde-Systeme und Zugang zu Mediation



Europese
Commissie

Commission
européenne

European
Commission



Berlaymont

DIGITAL OMNIBUS

P2B
REGULIERUNG

A portrait of Markus Luthe, a middle-aged man with short, graying hair, smiling slightly. He is wearing a dark blue suit jacket over a light blue button-down shirt. The background is a textured, light gray wall.

MFG

Markus Luthe

Hotelverband Deutschland (IHA)
Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin

+49 30 59 00 99 691, luthe@hotellerie.de

