

PRESSEMELDUNG

„Ausnutzung der Monopolstellung zu Lasten der Wettbewerber“: VIR-Vorstand kritisiert die Vertriebspolitik der Lufthansa

München, 24. September 2018 – Als „skandalös“ hat der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) die Ankündigung der Lufthansa bezeichnet, ab dem 9. Oktober 2018 seine Light-Tarife auf allen Europa-Strecken ab Deutschland nur noch über den Direktvertrieb anzubieten. VIR-Vorstand Michael Buller nimmt die Entscheidung zum Anlass, grundsätzliche Kritik an den Vertriebsaktivitäten der Lufthansa zu üben.

„Die aktuelle Ankündigung, die günstigen Light-Tarife nur noch über die eigenen Vertriebssysteme und Schnittstellen anzubieten und buchbar zu machen, ist nur ein weiterer Versuch der Lufthansa, dem touristischen Vertrieb zu schaden und Wettbewerber aus dem Markt zu drängen“, so die Einschätzung von Verbandschef Michael Buller.

Sein Vorwurf an den Branchenriesen: „Lufthansa nutzt seine Monopolstellung in Deutschland zum Schaden von Wettbewerbern auf dem Markt aus.“ Michael Buller betont, dass auch das Bundeskartellamt festgestellt habe, dass Lufthansa nach dem Marktaustritt der Airberlin seine Preise um bis zu 30 Prozent erhöht hat und es nach dem Einstieg von easyjet einen entsprechenden Preisrückgang gab. „Gerade das zeigt doch auf, wie wichtig ein gut funktionierender Wettbewerb ist“, bekräftigt Buller.

Ob die Abschaffung der Grundprovision und Einführung einer Service-Gebühr im Jahr 2004, die Abschaffung dieser Gebühr im Jahr 2012 oder die Einführung der sogenannten DCC Gebühr im September 2015 – all diese Maßnahmen der Lufthansa zeigen Michael Buller zufolge klar das Verhalten eines Monopolisten, der sich seine Marktstellung sowohl gegenüber dem Kunden als auch dem Vertrieb zu eigen macht. „Es mündet immer in Preiserhöhungen, die angebliche Kostennachteile der Lufthansa kompensieren sollen, letztlich aber den Vertrieb benachteiligen“, stellt Michael Buller fest.

„Betrachtet man die genauen Maßnahmen der vergangenen Jahre, so verfolgt Lufthansa den klaren Masterplan, mit dem der Kunde nur noch direkt auf den Vertriebskanälen des eigenen Unternehmens buchen soll“, zeigt sich Michael Buller überzeugt. Dies sei jedoch nicht im Sinne des Kunden, der Buller zufolge Vergleichbarkeit brauche. „Alles andere ist ein Irrglaube“, so der Verbandschef.

Michael Buller appelliert nicht nur an den Luftfahrt-Riesen, die jüngste Entscheidung zum Angebot seiner Light-Tarife zurückzunehmen. Er sieht zugleich das Bundeskartellamt in der Pflicht, dem Unternehmen keinen weiteren Freibrief für ein unakzeptables Verhalten auszustellen. „Ein funktionierender Wettbewerb ist wichtig für den Konsumenten und alle Beteiligten der Branche“, bekräftigt Michael Buller. „Die Lufthansa unternimmt jedoch alles, damit dieser nicht stattfinden kann.“

„Wer sich als Nationalcarrier sieht und entsprechend inszeniert, trägt auch eine Verantwortung für den Markt“, so der Appell des VIR-Vorstands. „Entsprechend ist für Nachhaltigkeit zu sorgen, was die Vertriebsentscheidungen der Lufthansa nicht sind.“

Buller verweist zugleich auf den „Code of Conduct“, den Verhaltenskodex in Sachen Preisgleichheit für Reservierungssysteme. „Er wurde auch von der Lufthansa unterzeichnet und entsprechend hat sich die Airline daran zu halten“, fordert der VIR-Vorstand.

Fotohinweis: VIR-Vorstand Michael Buller übt starke Kritik an der Vertriebspolitik der Lufthansa (Nutzung honorarfrei / Credit: VIR).

Über den VIR:

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) repräsentiert die digitale Touristik, die laut FUR-Zahlen von 2017 rund 61 Prozent der Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit vorabgebuchten Leistungen ausmacht. Zu den VIR-Mitgliedern gehören mehr als 70 Unternehmen, die in der digitalen Touristik tätig sind. Sie unterteilen sich in die vier Cluster OTA, Supplier & Tour Operator, Service & Travel Technology sowie Start-up. Der VIR fungiert als Ansprechpartner für Verbraucher, Medien, Politik und die Branche selbst bei sämtlichen Themen rund um die digitale Touristik.

Mitglieder des VIR sind: Acomodeo, ACCON-RVS, Adara, airportsconnected, Allianz Global Assistance, Amadeus Germany, amavido, Beach-Inspector, Bewotec, Berge & Meer, BillPay, BPCS Consulting Services, bookitgreen, cabpoker, CEWE Stiftung & Co. KGaA, Compensation2Go, Datatrans, DB Vertrieb, DERTOUR, DreamCheaper, ebookers.de, Expedia Group, For You Travel, EC Travel, ERV (Europäische Reiseversicherung AG), Evaneos, Fabrik 19, Fly Money, freachly, FTI Touristik, Germania, getstereo, GetYourGuide, GIATA, Groupon, H&H Touristik, Hamburg Tourismus GmbH, HanseMerkur, HolidayCheck, Holidu.de, HRS, Innovation Norway, Intent Media, JobsAway, Juvigo, lastminute.de, LEGOLAND Holidays, Lithodomos, meine-weltkarte.de, MB Sports & Entertainment, MisterTrip, Midoco, NellesVerlag, PayPal, Reise.de, Reveox, ruf, Sabre Travel Network, sleeperoo, Sunny Cars, taa travel agency accounting GmbH, Traffics, Travelport, Traveltainment, TrustYou, TrustYourTrip, Typisch Touristik GmbH, Unplanned, Urlaubsrente, w3alpha, weg.de, weekenGO, Wirecard und Xamine.

Geschäftsstelle:

Verband Internet Reisevertrieb e.V., Leonhardsweg 2, 82008 Unterhaching, Telefon: 089-610667-29, E-Mail: presse@v-i-r.de, info@v-i-r.de, Internet: www.v-i-r.de

Pressemeldungen im Internet: Die aktuellen Pressemeldungen stehen im Internet unter www.v-i-r.de im Bereich „Presse“ zum „downloaden“ zur Verfügung. Ebenfalls ist die Aufnahme in den Presseverteiler über das Internet möglich. Nutzen Sie auch unseren Service und abonnieren Sie die VIR RSS-Feed.