



Hotelverband Deutschland (IHA) · Am Weidendamm 1A · 10117 Berlin

Herrn  
RD Christian Sangmeister  
Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz  
Referat I B 6 Reiserecht  
per E-Mail: [ib6@bmj.bund.de](mailto:ib6@bmj.bund.de)

**Hotelverband Deutschland (IHA) e.V.**

Am Weidendamm 1A  
10117 Berlin

Tel. 030 / 59 00 99 69-0  
Fax 030 / 59 00 99 69-9

office@hotellerie.de  
www.hotellerie.de

ML/He  
23. Dezember 2025

cc:  
Herrn  
Dr. Christoph Ploß  
Koordinator der Bundesregierung für maritime Wirtschaft  
und Tourismus  
per E-Mail: [koormt@bmwe.bund.de](mailto:koormt@bmwe.bund.de)

cc:  
Frau  
Anja Karliczek  
Vorsitzende des Ausschusses für Tourismus  
des Deutschen Bundestages  
per E-Mail: [tourismusausschuss@bundestag.de](mailto:tourismusausschuss@bundestag.de)

## **REVISION DER EU-PAUSCHALREISERICHTLINIE (2015/2302)**

**hier: Interinstitutional File: 2023/0435 (COD) vom 05.12.2025**  
**Dokument: 13880/3/25 REV 3**

Sehr geehrter Herr Sangmeister,

der Hotelverband Deutschland (IHA) vertritt die Interessen der deutschen Hotellerie auf nationaler und internationaler Ebene gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Zu unseren Mitgliedsunternehmen zählen wir rund 1.500 Hotels aller Kategorien aus Individual-, Kooperations- und Kettenhotellerie in Deutschland. Wir sind der Fachverband für die Hotellerie im Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband).

Bereits mit Schreiben vom 27. November 2025 an Frau Bundesministerin Dr. Hubig hatten wir unsere Sorge zum Stand des Trilogverfahrens zur Revision der Pauschalreiserichtlinie artikuliert und auf die erheblichen Auswirkungen auf die mittelständisch geprägte Hotellerie in Deutschland hingewiesen.

Die finale Trilog-Verhandlung fand nun am 2. Dezember 2025 statt. Das Ergebnis der politischen Einigung zur Revision der Richtlinie (EU) 2015/2302 verschiebt aus unserer Sicht die Abgrenzung zwischen Einzelleistungen und Pauschalreise in Richtung dynamischer Online-Kombinationen. Für Hotelwebseiten entsteht ein besonderes Risiko, weil nun auch der Warnhinweis-Mechanismus in bestimmten Konstellationen darüber entscheidet, ob ein Hotel faktisch der Veranstalterhaftung unterliegt.

Hieraus ergeben sich für die Hotellerie zahlreiche Fragen.

## 1. Warnhinweis

Recital 6A, Draft Agreement, S. 10 des Dokuments 13880/3/25 REV 3

*.... traders should be required to warn travellers that the relevant services will not constitute a package and that travellers will not be protected under Directive (EU) 2015/2302. This should apply to instances where the invitation occurs before a traveller has purchased a first type of travel service, but also where such invitation occurs after a traveller has booked a first type of travel service. In cases where the invitation occurs before the traveller has concluded a first booking and where subsequently the traveller books the relevant services within a period of 24 hours, at the same point of sale, there is a close link between those bookings even if not all the conditions for a package, such as an inclusive or total price or a selection of the services before the travellers agrees to pay, are met. Therefore, if in such cases a trader does not clearly inform the traveller at the time of the invitation that the combination of travel services will not constitute a package, the relevant combination of travel services should be considered as a package protected under Directive (EU) 2015/2302, and the trader should be deemed to be the organiser of that package ...“.*

Das Trilogergebnis führt somit Informationspflichten für Konstellationen ein, die nicht als Pauschalreise gelten sollen. Gleichzeitig wirkt die Warnung faktisch als Haftungsschalter: Erfolgt sie nicht klar und zum richtigen Zeitpunkt, wird eine Kombination von Einzelleistungen zur Pauschalreise.

Besonders kritisch sind Fälle, in denen der Unternehmer am selben Point of Sale aktiv zur Buchung weiterer Reiseleistungen einlädt und der Reisende innerhalb von 24 Stunden zusätzliche Leistungen bucht. „Aktive Einladung“ wird dabei weit verstanden und könnte nach unserem Verständnis bereits bei Optimierung oder Bewerbung eines konkreten Angebots vorliegen (z.B. prominente Upsell-Kacheln, Pop-ups, personalisierte Empfehlungen).

### **Unsere Fragen:**

- Müssen Hotels bei jedem Buchungsvorgang den Zeitpunkt der ersten Buchung und den Ablauf der 24-Stunden-Frist technisch und revisionssicher erfassen und dokumentieren, um im Streitfall nachweisen zu können, dass keine gesetzlich konstruierte Veranstalterhaftung ausgelöst wurde, falls der Warnhinweis nicht (oder nicht korrekt) ausgespielt wurde?
- Welche Daten- / Prozesskette löst das 24-Stunden-Fenster aus? Genügt die Wiedererkennung über Cookies/Session, ein Kundenkonto, ein Deep-Link aus der Bestätigungsmail oder eine vorausgefüllte Buchungsmaske?
- In welcher Form muss ein solcher Warnhinweis erfolgen? Durch ein dem Kunden übersandtes (wie?) vorvertragliches Informationsblatt? Muss der Beherbergungsbetrieb den Zugang nachweisen? Wie soll das im Fall einer Hotelzimmerbuchung erfolgen?
- Wie lange sind solche Nachweise über die erfolgte Aufklärung / Warnung von einem Beherbergungsbetrieb aufzubewahren?
- Was ist ein „same point of sale“ bei Hotelwebseiten? Zählt ein integriertes Partner-Widget, ein Iframe, eine Weiterleitung oder ein separates Checkout-System als „gleicher Verkaufspunkt“?
- Ist die automatische Rechtsfolge verhältnismäßig, dass ein fehlender / fehlerhafter Warnhinweis aus einer Nicht-Pauschale eine Pauschalreise macht und der Beherbergungsbetrieb zum Veranstalter mutiert, statt abgestufter Sanktionen oder gar eines Safe-Harbours?

## **2. Online-Buchungsverfahren**

Recital 8 Draft Agreement, S. 14 des Dokuments 13880/3/25 REV 3

*„The definition of package formed through linked online booking processes in Article 3(2)(b)(v) of Directive (EU) 2015/2302, which requires the transmission of the traveller’s name, payment details and email address from one trader to another, has proved to be too narrow. Therefore, it is appropriate to consider bookings of different types of travel services for the same trip or holiday as a ‘package’ where the trader that is party to a first contract transfers the traveller’s personal data to a trader that is party to a second or further contract through which the traveller can be identified as a contracting party are transmitted from the trader with whom the first contract is concluded to another trader or other traders and a contract or contracts with the latter trader or traders“*

*is or are concluded at the latest 24 hours after the confirmation of the booking of the first travel service.“*

### **Unsere Fragen:**

- Gilt bei der nachträglich gebuchten Leistung die 25%-Hürde oder reicht es aus, dass lediglich irgendeine zweite Leistung innerhalb von 24 Stunden hinzugebucht wird?
- Wie sollen Hotels die gesetzlichen Verpflichtungen eines Reiseveranstalters nachträglich einhalten? Wie soll beispielsweise der dann erforderliche Insolvenzsicherungsschein nachträglich übergeben werden?
- Werden Online-Hotelbuchungsplattformen, die bekanntlich eine breitere Produktpalette als die reine Beherbergung abbilden, hier in der Umsetzung wettbewerbsrechtlich bevorteilt?

### **3. Auswirkungen auf die Hotellerie und den Direktvertrieb**

#### **Konversions- und Wettbewerbseffekte**

Pflichtwarnhinweise an konversionssensiblen Stellen der Buchungsstrecke wirken kaufhemmend und erhöhen die Zahl der Buchungsabbrüche. Der Direktvertrieb wird hierdurch gegenüber Plattformanbietern strukturell benachteiligt.

#### **Veranstalter- und Insolvenzsicherungsrisiken**

Eine unbeabsichtigte Veranstalterrolle ist für Beherbergungsbetriebe in der Regel nicht abbildbar. Sie würde u.a. Insolvenzsicherungspflichten und eine umfassende Haftung für alle enthaltenen Reiseleistungen auslösen. Bereits die Unsicherheit darüber erhöht der Hotellerie die Rechts-, Versicherungs- und Prozesskosten.

#### **Abmahn- und Streitpotenzial**

„Klar“, „verständlich“ und „prominent“ sind im digitalen Vertrieb streitanfällige Kriterien. A/B-Tests, Endgerätevarianten, Sprachversionen, Consent-Layer und dynamische Inhalte erhöhen das Risiko, dass Hinweise situativ fehlen oder rechtlich als unzureichend bewertet werden - mit erheblichem Abmahnpotenzial.

#### **Auswirkungen auf Destinations-Kooperationen**

Hotels sind Multiplikatoren lokaler Wertschöpfung (Gästekarten, Kultur, Mobilität, Ausflüge). Wenn Cross-Selling im Direktkanal zusätzlichen Rechtsunsicherheiten unterworfen wird, könnten Beherbergungsbetriebe Zusatzangebote zurückfahren oder auslagern. Das reduziert Servicequalität und schwächt Destinationen.

Nach unserem derzeitigen Verständnis des Trilog-Ergebnisses zur Revision der Pauschalreiserichtlinie stellt der obligatorische Warnhinweis einen enormen – noch dazu unkalkulierbaren – Bürokratieaufwand dar, bringt extreme Verunsicherung mit sich und verlangt von unseren Mitgliedern kostenintensive Investitionen und Prozessumstellungen, ohne den Verbraucherschutz in der Hotellerie auch nur um ein Jota zu erhöhen.

Eine solche Verschärfung des Pauschalreiserechts für touristische Einzelleistungsanbieter wie Hotels – sei sie nun bewusst herbeigeführt oder als Kollateralschaden eingetreten – würde alle Bürokratieentlastungsversprechen der Bundesregierung für die Branche ad absurdum führen.

Die derzeitige Ausgestaltung des Warnhinweis-Mechanismus ist aus unserer Sicht nicht praxistauglich und führt zu Wettbewerbsverzerrungen zulasten des Direktvertriebs.

Wir bitten Sie höflichst um Beantwortung unserer Fragen und um korrigierende Maßnahmen.

Mit freundlichen Grüßen

Markus Luthe  
Hauptgeschäftsführer

[luthe@hotellerie.de](mailto:luthe@hotellerie.de)  
Telefondurchwahl 030 / 59 00 99 69 -1

Vereinsregister beim Amtsgericht Charlottenburg: VR 21106  
Lobbyregister des Deutschen Bundestages: R001248  
Transparenz-Register der Europäischen Union: 69817563153-14