

B
Bühlmann

R
Rechtsanwälte

HÄRTING ●●●

Vorgaben zum Internetvertrieb

Wie gehen Hersteller
und Händler bei der
Durchsetzung der
unterschiedlichen
Interessen vor?

Lukas Bühlmann, LL.M. Zürich
Bühlmann Rechtsanwälte AG
www.br-legal.ch

Dr. Martin Schirnbacher, Berlin
HÄRTING Rechtsanwälte
www.haerting.de



Internet als
grenzenloser
Markt - Worum
geht's?



Grundsatz:
Händler sind im Vertrieb frei

Aber...

- Berechtigte Interessen, den Vertrieb und die Vertriebswege zu beschränken:
 - Preisstabilität
 - Kostenverteilung
 - Markenimage
 - Beratungsnotwendigkeit
 - Sicherheitsaspekte
 - Regulierung
 - Druck durch Offline-Händler, Händlerschutz
 - u.v.a.m.



«E-Commerce-Bedingungen»

Versuch, den Online-Vertrieb aufgrund verschiedenster Interessen vertraglich zu beeinflussen und aktiv mitzugestalten.

E-Commerce-Bedingungen – Typischer Inhalt

- Vorgaben für „Online-Preise“
- Kein Verkauf über Seiten, die
 - Gebrauchte oder beschädigte Waren anbieten
 - Verkäufe durch private Endverbraucher zulassen
 - Mehrere Verkäufer für ein und dasselbe Produkt zulassen
 - Keinen separaten Markenshop für die Vertragsmarken besitzen
- Qualitative Vorgaben an
 - den Online-Shop
 - Seiten, auf denen für den Shop geworben wird
- Ausschluss der Nutzung von Preissuchmaschinen
- Vorgaben für Keyword-Advertising und SEO-Maßnahmen
- Vorgaben für persönliche Beratung (Hotline, Chat)

Kartellrecht –
in a Nutshell



Grundsatz (CH, EU & DE):

Verbot von Vereinbarungen, die geeignet sind, den Wettbewerb spürbar zu beschränken.

Ausnahmen (CH, EU & DE):

- Wettbewerbsbeschränkungen können ausnahmsweise zulässig sein.
- Ausnahmen hängen von Art des Vertriebssystems ab.
- Lieferant ist beweispflichtig für Vorliegen einer Ausnahme.

Gesetzliche Vorschriften

- Europäisches und deutsches Kartellrecht:
 - Grundsätzliches Verbot (Art. 101 AEUV) sofern spürbar
 - Freistellung vom Verbot (Vertikal-GVO), sofern
 - < 30% Marktanteil
 - Keine Kernbeschränkung
- Schweizer Kartellrecht:
 - Verbot sofern Beschränkung den Wettbewerb auf einem Markt «erheblich» beeinträchtigt und sich nicht durch Effizienzgründe rechtfertigen lässt (Art. 5 KG).
 - Konkretisierung folgt EU-Recht (vgl. VertBek), deshalb:
 - <30% Marktanteil
 - Keine Kernbeschränkung

Kernbeschränkung ?



Kernbeschränkungen

- Preisabsprachen
- Einschränkung Verkaufsgebiet
- Einschränkung Kundengruppen

- Teilweise Ausschluss einer Kernbeschränkung in Abhängigkeit vom Vertriebssystem
 - Alleinvertrieb
 - Selektivvertrieb
 - Freier Vertragshändlervertrieb

Der Preis – wichtig für
den Wettbewerb

Hoher Stellenwert des
«Intrabrand Wettbewerbs»

Preis als zentraler
Wettbewerbs-Parameter

Folge:
Preisabreden sind
kartellrechtlich verboten



„Settlement“-Bußgeld 6,5 Mio. Euro!



Preisabsprachen - Preisbindung

- Horizontale Preisabsprachen zwischen Wettbewerbern („Frühstückskartelle“)
- Vertikale Preisabsprachen
 - Beteiligte auf unterschiedliche Ebene der Produktions- oder Vertriebskette (Hersteller/Online-Händler)
- Verbot der Preisbindung der zweiten Hand
 - unbeschadet der Möglichkeit des Anbieters,
 - Höchstverkaufspreise festzusetzen
 - oder Preisempfehlungen auszusprechen

Klar unzulässige Preisabsprachen

- Festpreisabreden
 - Wiederverkaufspreis durch Hersteller festgesetzt wird
- Mindestpreisabreden
 - UVP des Herstellers dürfen nicht unterschritten werden
- Indirekte Preisbindung
 - Nachfragen nach Preisgestaltung
 - Vergünstigungssystem für «preistreue» Händler

Fazit

- Kartellrecht setzt der Einflussnahme auf die Preisgestaltung der Abnehmer enge Grenzen
- Verbot gilt nicht nur für Vertragsklauseln
- Einschneidende Sanktionen
- Händler müssen sich Druckausübung nicht gefallen lassen
- Anzeige an Wettbewerbsbehörden (auch anonym bzw. mit Zusicherung der Vertraulichkeit)

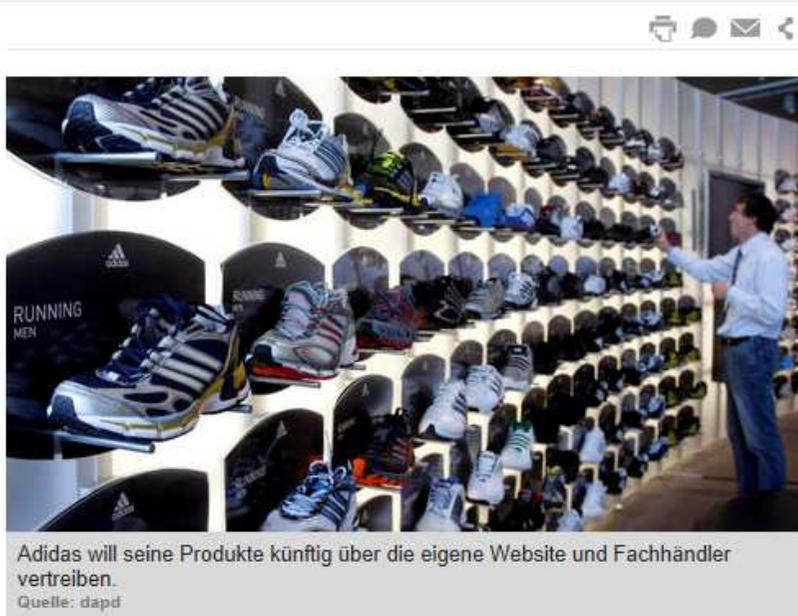
eBay & Amazon?
Ohne Euch!



Wir müssen draußen bleiben

Adidas verbietet den Verkauf bei Ebay und Amazon

Adidas-Händler sollen ihre Produkte künftig nicht mehr über Ebay und Amazon verkaufen dürfen. Der Sportartikelhersteller will damit den Fachhandel und die eigene Website stärken.



Düsseldorf, Herzogenaurach. Der Sportartikelhersteller Adidas untersagt seinen Händlern künftig den Verkauf über Onlineplattformen wie Amazon oder Ebay. „Wir wollen sicherstellen, dass unsere Produkte über

Fehlende Beratung, schlechte Präsentation

Seite 1 / 2 weiter

Adidas, Mammut, Deuter – Amazon laufen die Markenhersteller weg

Aktualisiert am Dienstag, 09.07.2013, 10:45 - von FOCUS-Online-Autor Sascha-Pascal Schimmel

Teilen 20 Twittern 6 +1 29 XING 5 28



Einige Markenhersteller meiden Amazon mittlerweile dpa/Uwe Zucchi/Archiv

Namhafte Markenhersteller kehren Online-Kaufhäusern wie Amazon den Rücken. Sie verbieten Händlern, ihre Produkte dort anzubieten. Es geht um Service – und den guten Ruf. Doch die Strategie ruft bereits das Kartellamt auf den Plan.

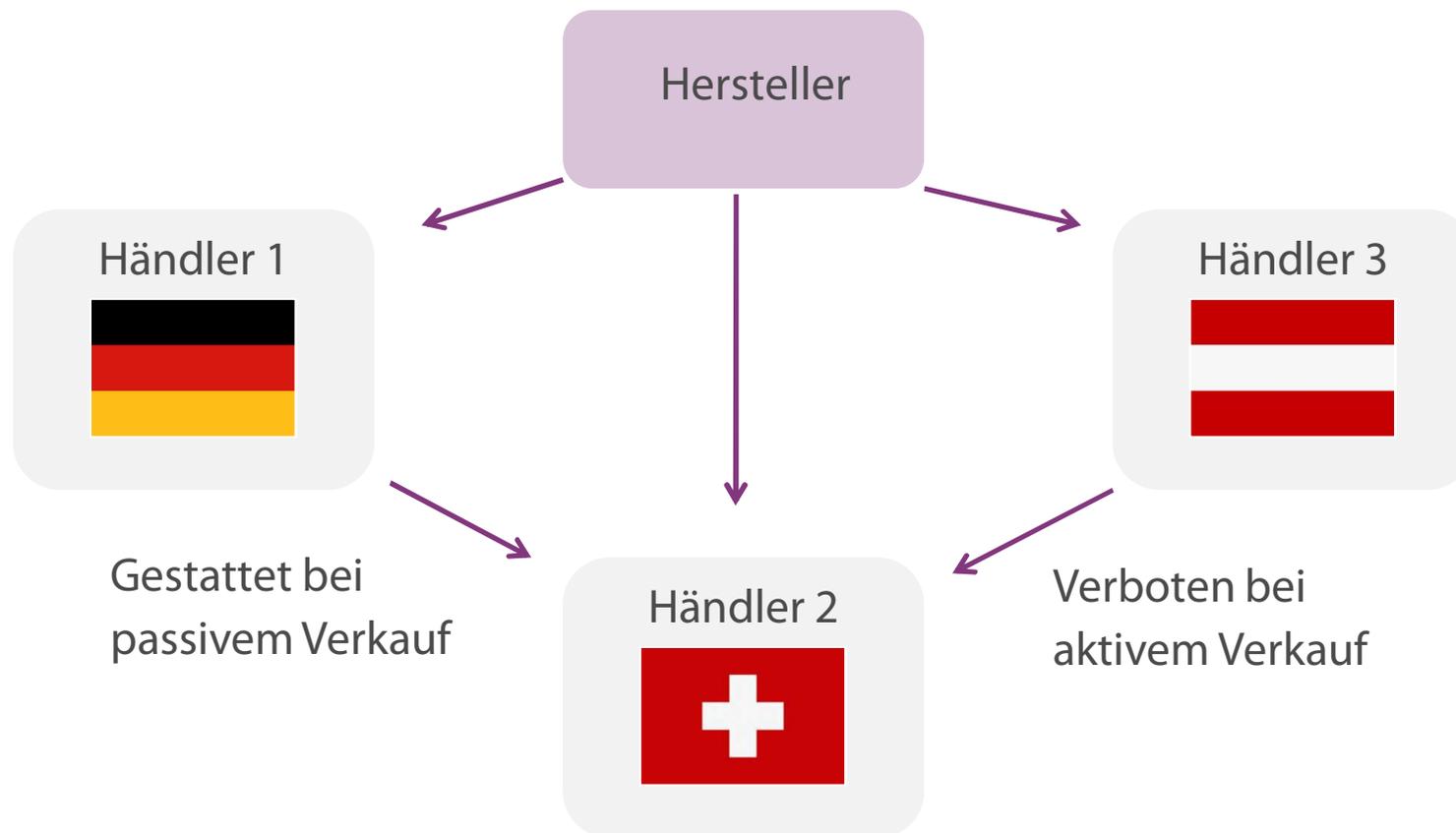
Schuhe, Handys, Sonnenbrillen: Im Internet gibt es so gut wie alles zu kaufen. Die Auswahl ist riesig. Kunden können vergleichen – und häufig Geld sparen. Online-Kaufhäuser wie **Amazon** machen



Alleinvertrieb – Selektivvertrieb –
Freier Vertragshändlervertrieb.

Alleinvertrieb

- Jeweils exklusiv zugewiesene Gebiete (oder Kundengruppen)

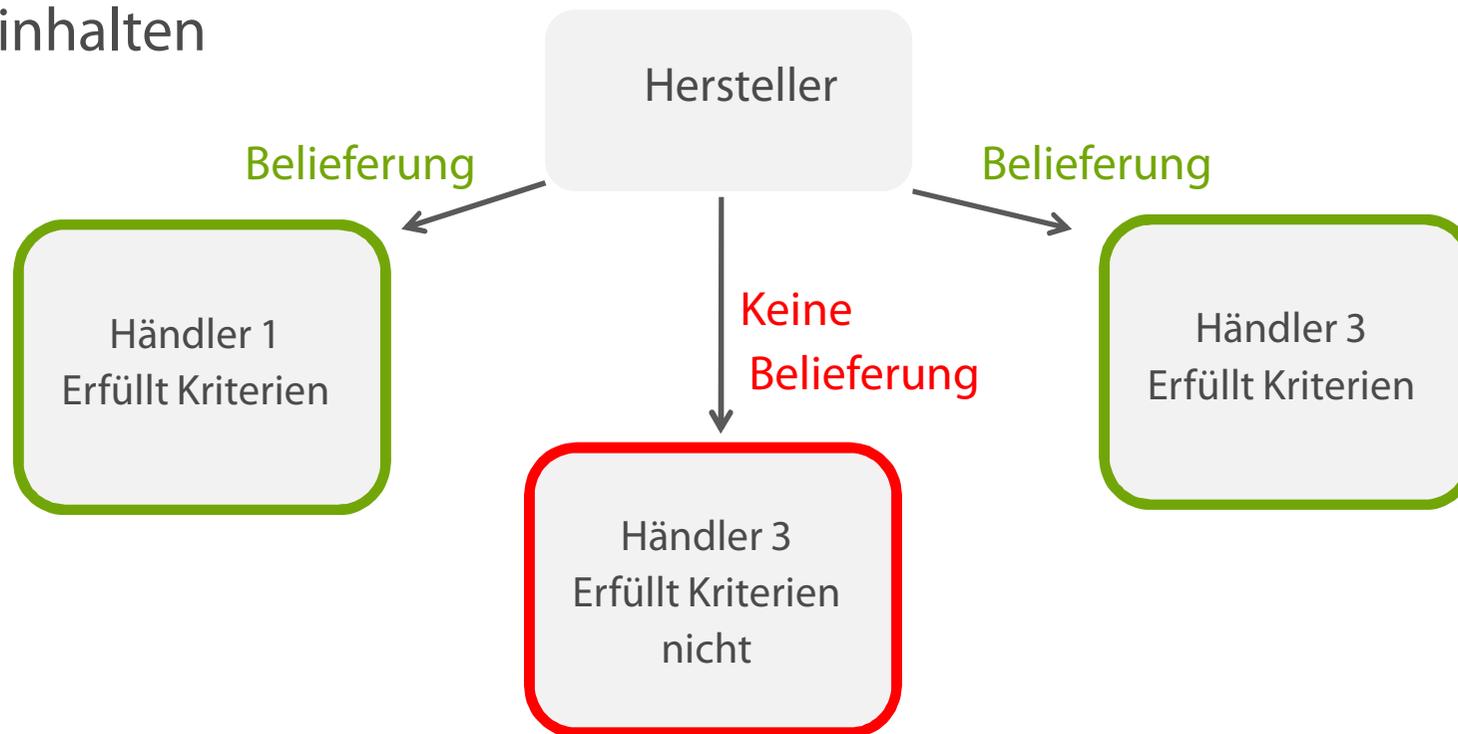


Alleinvertriebssystem

- Verpflichtung des Herstellers, in zugewiesenem Gebiet (oder Kundengruppe) nur einen Händler zuzulassen
- Zulässig
 - Vertragliches Verbot des aktiven Verkaufs in exklusiv einem anderen Händler zugewiesenen Gebiete (Gebietsschutz)
- Unzulässig
 - Verbot des passiven Verkaufs in exklusiv einem anderen Händler zugewiesenen Gebiete
- Fazit für «E-Commerce-Bedingungen»
 - Online-Vertrieb ist passiver Verkauf und darf nicht verboten werden
 - Passiver Vertrieb über Online-Plattformen und eigene Internetpräsenz darf nicht untersagt werden

Selektivvertrieb

- Festlegung erforderlicher Kriterien für Aufnahme in System
- Verpflichtung, nur an Händler zu liefern, die Kriterien einhalten



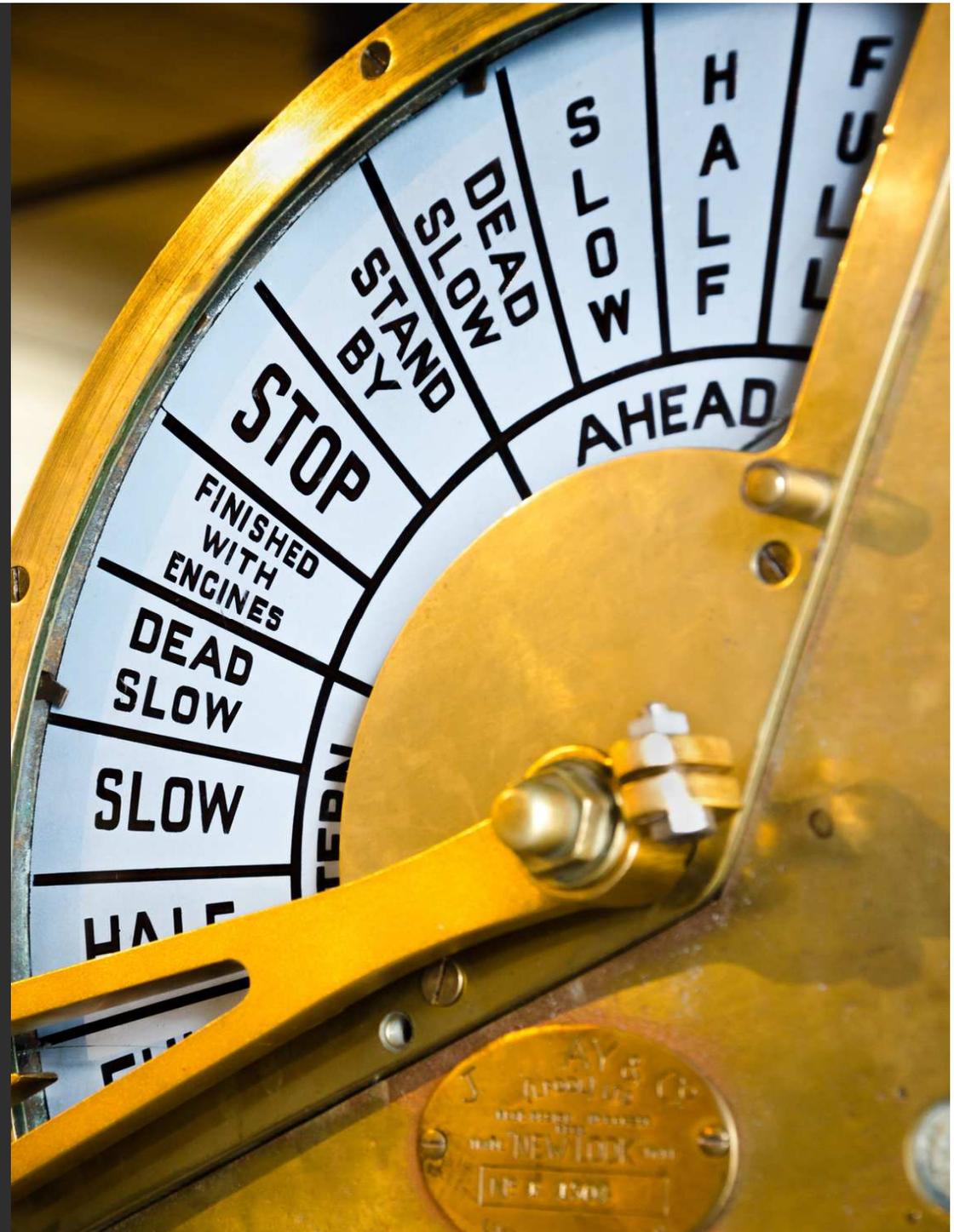
Selektivvertriebssystem

- Beschränkung von Endkundenverkäufen (gleich ob aktiv oder passiv) ist als Kernbeschränkung immer unzulässig
- Verpflichtung des Herstellers, nur solche Händler zu beliefern, die Selektionskriterien erfüllen
- Zulässig
 - Verbot von Vertriebsformen, durch die festgelegte Kriterien nicht erfüllt werden
- Unzulässig
 - Verbot von Vertriebsformen, die nicht zur Erfüllung festgelegter (erforderlicher) Kriterien notwendig sind
- Fazit für «E-Commerce-Bedingungen»
 - Hersteller können qualitative Vorgaben an die Ausgestaltung des Vertriebs machen und vom Vorliegen eines Ladengeschäfts abhängig machen
 - Plattformverbot: Divergierende Urteile; abhängig vom Einzelfall

Kein festes Vertriebssystem

- **Zulässig**
 - Beschränkungen, die keine Kernbeschränkungen sind
- **Unzulässig**
 - Beschränkungen bei Marktanteil von >30%
 - Beschränkungen, die sich als Preisvorgabe auswirken
 - Beschränkungen, die sich als Kundenkreisbeschränkungen darstellen
- **Fazit für «E-Commerce-Bedingungen»**
 - Kommt auf die Beschränkung an
 - Auslegungsfrage; Entscheidung kaum vorhersehbar
 - Plattform-Verbote: Kundenkreisbeschränkung liegt nahe

Über Dein Online-
Marketing
bestimmen wir!
Zulässig?

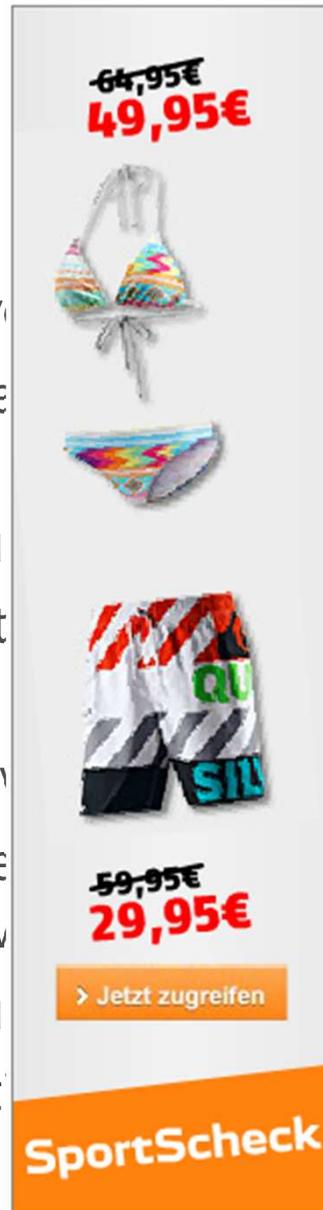


Online-Marketing als Wettbewerbsbeschränkung

- Grundsatz: Vorgaben zum Online-Marketing sind Wettbewerbsbeschränkungen
- Unter Umständen freigestellt durch Vertikal-GVO
 - Marktanteil <30%
 - Keine Kernbeschränkung
- Bei Alleinvertriebssystemen
 - Beschränkung des Passiv-Verkaufs?
- Bei Selektivvertriebssystemen
 - Erforderliches Kriterium zur Qualitätssicherung?
- Bei sonstigen Vertriebssystemen
 - Liegt Kundenkreisbeschränkung vor?

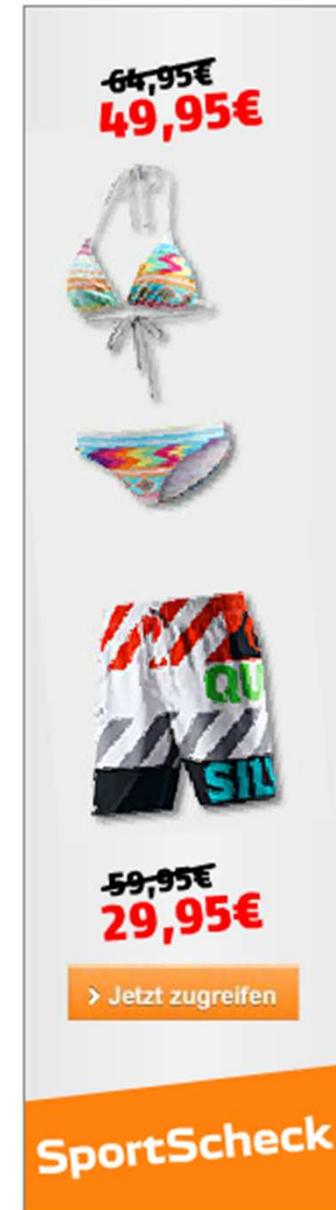
Beschränkung

- Verbote in Alleinvertrieb
 - nur zulässig, wenn aktiver Verkauf
 - Beispiel: Werbung
 - Beispiel: gezielt (Targeting)
- Verbote in Selektivvertrieb
 - nur zulässig, wenn Durchsetzung v
 - Beispiel: Werbung
 - Beispiel: Interst



er-Werbung

men
werbung als
rdian.co.uk
an Gebietsfremde
temen
erforderlich für
anspruch ist
seiten



Beschränkungen beim Keyword-Advertising

- in Alleinvertriebssystem
 - nur zulässig zur Sicherstellung des Verbots eines Aktivverkaufs in fremde Gebiete
 - Beispiel: „Burton Snowboards Zürich“
 - Beispiel: SEA des deutschen Exklusivhändlers auf google.ch
- in Selektivvertriebssystem
 - zulässig ist das Verbot der Buchung von Keywords oder Anzeigentexten, die den vom Händler aufgestellten Kriterien zuwiderlaufen
 - Beispiel: „billig“ „günstig“ „Rabatt“



adidas extrem billig



Web Bilder Maps Shopping Mehr ▾ Suchoptionen

Ungefähr 18.600.000 Ergebnisse (0,42 Sekunden)

Anzeigen zu **adidas extrem billig** ⓘ

Adidas Günstig - otto.de

www.otto.de/Adidas ▾ ★★★★★ 101 Verkäuferbewertungen

Für Sport, Abenteuer und Spaß - **Adidas** im OTTO Onlineshop!

14.064 Personen folgen OTTO auf Google+

[Adidas Damen](#) - [Adidas Damenschuhe](#) - [Adidas Herren](#) - [Adidas Herrenschuhe](#)

[Topmarken zu Tiefpreisen](#) - **adidas**.stylight.de

www.adidas.stylight.de/ ▾

Trendige Topmarken Online. Große Auswahl & kostenloser Versand

[Hier: - Adidas - Billig - Schlussverkauf: Bis zu 50% Sparen](#)

www.adidas.mysportworld.de/ ▾ ★★★★★ 141 Verkäuferbewertungen

Nur Jetzt Günstig: **Adidas Billig**.

133 Personen folgen mysportworld - Wir bewegen Dich auf Google+

[Adidas Online Shop & Outlet - Adidas günstig online kaufen auf ...](#)

www.ladenzelle.de/adidas/ ▾

120+ Einträge - Viele Artikel von **Adidas** finden Sie hier auf ladenzelle.de.

60%. Adidas Herren T-Shirt Adi Trefoil Tee P0415-3-4/608878 Gold. 24,95 ...

47%. adidas Originals Beckenbauer Polyjacke Herren, GrössYe M. 74,95 ...

Anzeigen ⓘ

Adidas Sonderangebote

www.hhv.de/Adidas-Online-Sale ▾

Adidas Sonderangebote -80% sparen!

Versandfertig in nur 24 Stunden.

[Viele Restposten](#)

www.rabatt99.de/sparen ▾

Drastisch reduziert: Top Marken

Jetzt im Vergleich

[Topmarken im Sale](#)

www.zalando.de/adidas ▾

★★★★★ 607 Bewertungen

Topmarken im Sale jetzt finden:

Gratis DHL Versand in 1-2 Tagen!

13.066 Personen folgen Zalando auf

Google+

[Viele Restposten](#)

www.deal-fuchs.net/Angebote ▾

Bis 50% ggü. UVP sparen!

Ihr Wunschprodukt finden.

Fazit & Take-Home-Messages



Preisbindungen sind
nur in engen Grenzen
möglich



A young boy in a white and dark grey athletic shirt and shorts is running on a paved road that stretches into the distance. The sky is filled with dark, dramatic clouds, and a large, swirling storm cloud formation is visible on the left side of the road. The boy is running towards the viewer, looking slightly to the right with a determined expression. The overall scene is dramatic and suggests a sense of urgency or challenge.

Beschränkungen des Online-Vertriebs sind kartellrechtlich heikel und oft unzulässig.

Vertriebsform (Allein-,
Selektiv- oder freier
Vertragshändlervertrieb)
ist entscheidend für die
Zulässigkeit einer
Beschränkung.





Online ist kartellrechtliches Neuland und das Kartellrecht ist komplex. Entscheidend ist immer der Einzelfall.

An offshore oil rig is silhouetted against a bright, overcast sky. The rig is positioned on the right side of the frame, with its complex structure of towers and cranes extending into the air. The sea is calm, with gentle ripples visible in the foreground. The overall atmosphere is serene and industrial.

Online-Vertrieb oder
Plattformausschluss sind bei
echten selektiven
Vertriebssystemen begründbar.
Sonst nicht.

Der Hersteller hat je nach Vertriebsform die Möglichkeit, bestimmte Online-Marketing-Maßnahmen zu untersagen.



B
Bühlmann

R
Rechtsanwälte

HÄRTING ●●●

Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit.



Lukas Bühlmann

Martin Schirnbacher

contact@br-legal.ch
www.br-legal.ch

schirnbacher@haerting.de
www.haerting.de