



European Commission

# Competition

FIW XXXVIII. Brüsseler Informationstagung 15. Oktober 2009

# Das neue Vertriebskartellrecht

Dr. Stephan Simon, LL.M.  
Stellvertretender Referatsleiter



## Der wettbewerbspolitische Ansatz der Kommission

- Ökonomischer, wirkungsbasierter Ansatz ( $\neq$  Fairness)
- Abwägung der wettbewerbsfeindlichen Auswirkungen einer Vereinbarung gegen die möglichen positiven, effizienzfördernden
- Marktanteilsschwelle
- Maßstab ist die Konsumentenwohlfahrt

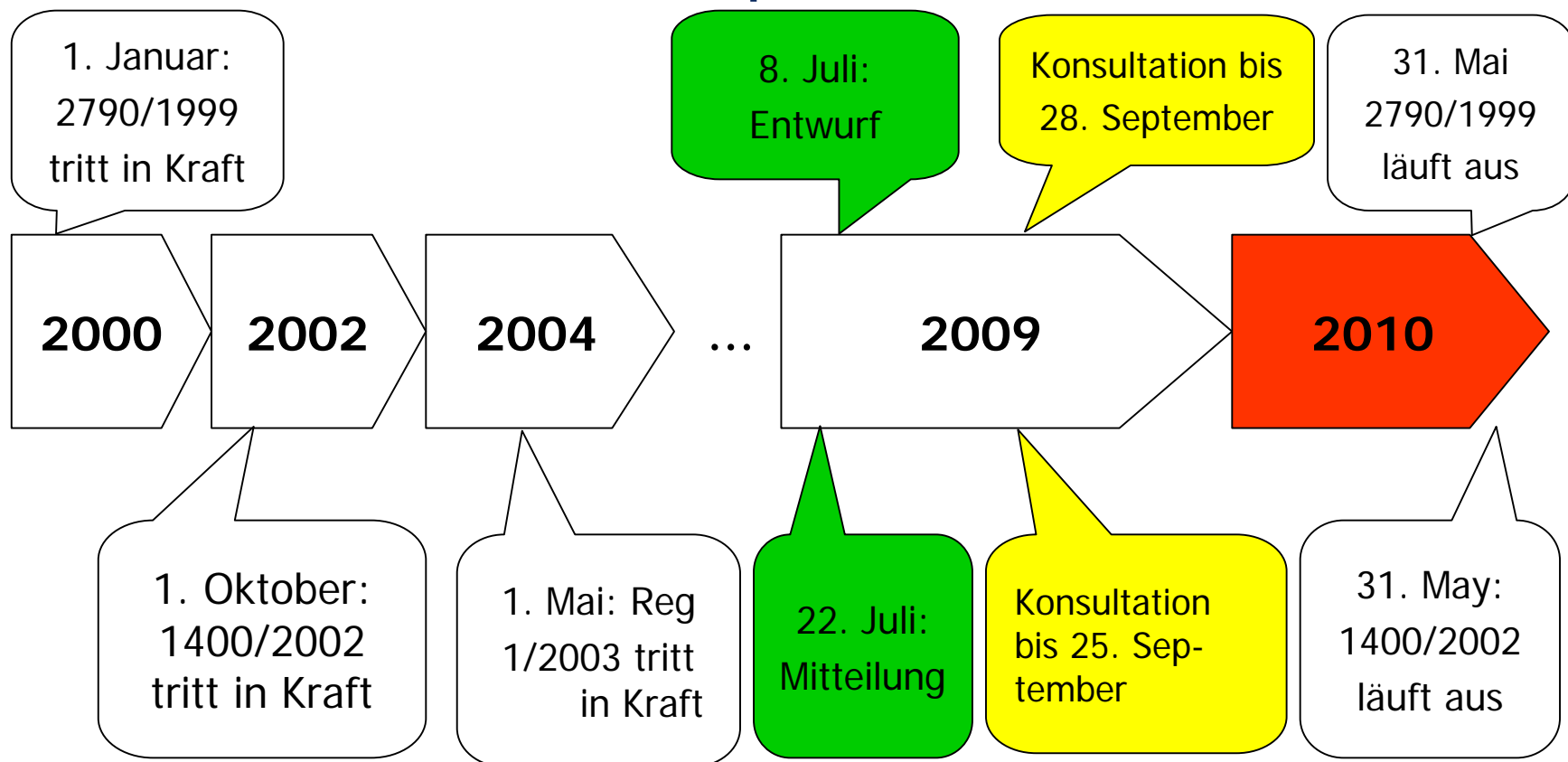


## Reformbedarf?

- 2790/1999: Aktualisierung und Feinjustierung der bestehenden GVO
- 1400/2002: Grundlegende Reform
- Gemeinsam:
  - “sicherer Hafen”, solange Marktanteil 30% nicht übersteigt => insgesamt positive Bilanz
  - Leitlinien als Auslegungshilfe für die GVO sowie Anleitung zur Bewertung der positiven und negativen Wirkungen für Fälle, in denen der Marktanteil 30% übersteigt



## Zeitplan





## Umfang

- De-minimis
- Handelsvertreter
- Neu eingefügt: Zuliefervereinbarungen
  - Mitteilung von 1978
  - Probleme insbesondere im Kfz-Markt



## Umfang

- Handelsvertreterverträge:
  - Keine Änderung: Entscheidend ist das Risiko, das der Handelsvertreter bezüglich der ihm vom Auftraggeber übertragenen Tätigkeiten trägt
  - Risiken bspw. im Reparatur- und Wartungsmarkt oder andern Märkten, die der Handelsvertreter übernimmt, sofern diese unerlässlich sind, um die Vertragswaren oder –dienstleistungen an- oder verkaufen zu können
  - Sache T-325/01, Daimler Chrysler; Sache C-279/06



## Umfang

Vertikale Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern (Artikel 2(4) Entwurf GVO):

- Freistellung begrenzt auf dualen Vertrieb auf Einzelhandelsebene
- Wegfall 2(4)(a): keine Umsatzschwelle von 100 Mio. € mehr



## Umfang

Marktanteilsschwelle: Freistellung durch GVO hängt nicht mehr nur vom Marktanteil des Lieferanten, sondern auch von dem des Käufers ab:

- Nicht nur Lieferanten, auch Käufer können Marktmacht haben (zB Supermärkte) => Freistellung sollte auch vom Marktanteil des Käufers abhängen
- Angleichung an andere Rechtstexte im Wettbewerbsrecht (zB De minimis Mitteilung & Technologietransfer GVO)
- Änderung von NWBs unterstützt





## Kernbeschränkungen in Vertriebsverträgen

- **Keine Änderungen im Entwurf der GVO bezüglich Kernbeschränkungen:**
  - Preisbindung der zweiten Hand bleibt Kernbeschränkung
  - Beschränkung passiver Verkäufe bleibt Kernbeschränkung
  - Beschränkung aktiver Verkäufe bleibt Kernbeschränkung außer zum Gebietsschutz bei Alleinvertrieb
  - Beschränkungen aktiver und passiver Verkäufe notwendig, um Markteintritt zu schützen (neue Marke oder neuer geographischer Markt): außerhalb Art. 81(1) für 2 Jahre (LL §56)



## Kernbeschränkungen in Vertriebsverträgen

### Klarstellungen

- Kernbeschränkungen = keine Freistellung durch GVO + Annahme negativer Effekte gemäß Artikel 81(1) + Annahme, daß unwahrscheinlich, daß Voraussetzungen des Art. 81(3) erfüllt sind. Aber individuelle Freistellung nicht ausgeschlossen bei überzeugendem Nachweis wahrscheinlicher Effizienzgewinne
- Ansatz Kernbeschränkungen = “rule of reason” – Ansatz mit umgekehrter Beweislast
  - Unternehmung muß zunächst wahrscheinliche Effizienzgewinne zeigen
  - Bevor die Wettbewerbsbehörde die nachteiligen Wirkungen würdigt und nicht nur vermutet



## Preisbindung der zweiten Hand

- Leegin 2007: Sollte die EU folgen?
- Per- se Verbote, rule- of- reason und Kernbeschränkungen



## Preisbindung der zweiten Hand

### **Vermutete wettbewerbsfeindliche Auswirkungen**

- Verringert markeninternen Wettbewerb
  - Preisuntergrenze führt zu überhöhten Preisen
  - Verhindert Vertriebsformate (zB Discountmärkte)
- Erleichtert Kartelle
  - Erhöhte Preistransparenz kann in oligopolistischen Märkten sowohl auf Ebene Hersteller als auch Händler die Kartellbildung erleichtern

### **Mögliche wettbewerbsfördernde Auswirkungen**

- Verhindert Trittbrettfahrertum, vermeidet suboptimale Höhe der Investitionen in die Vermarktung
- Erleichtert Eintritt in neue Märkte
- Verhindert Auslistung durch andere Händler, wenn ein Supermarkt Produkt als Lockvogel einsetzt



## Preisbindung der zweiten Hand

### Fälle seit 1999

- JC Bamford
- Editions Nathan
- B & W Lautsprecher
- Volkswagen 2001 (Passat)
- Yamaha



## Preisbindung der zweiten Hand

### Artikel 4 Entwurf

- Die Freistellung nach Artikel 2 gilt nicht für vertikale Vereinbarungen, die unmittelbar oder mittelbar, für sich allein oder in Verbindung mit anderen Umständen, auf die die beteiligten Unernehmen Einfluß haben, folgendes bezwecken:
  - a) die Beschränkung der Möglichkeiten des Abnehmers, seinen Verkaufspreis selbst festzusetzen; dies gilt unbeschadet der Möglichkeit des Anbieters, Höchstverkaufspreise festzusetzen oder Preisempfehlungen auszusprechen, sofern sich diese nicht infolge der Ausübung von Druck oder der Gewährung von Anreizen durch eine der Vertragsparteien tatsächlich wie Fest- oder Mindestverkaufspreise auswirken;



## Online-Verkäufe

### **Vorteile der Online-Verkäufe für den Wettbewerb**

- Preistransparenz
- Niedrigere Transaktionskosten
- Größere Märkte (Binnenmarkt-Perspektive)

### **Nachteile**

- Qualität des Vertriebs sinkt
- Trittbrettfahrertum

### **Kontext**

- GD Wettbewerb: Online Group
- GD SANCO (Umfrage Online-Märkte) und GD MARKT



## Online-Verkäufe

- **Allgemeines Prinzip:**
- “Jeder Vertriebshändler muss die Freiheit haben, im Internet für Produkte zu werben und auf diesem Wege Produkte zu verkaufen” (Rn 51 Leitlinien/Rn 52 Entwurf LL) => Beschränkungen des Einzelhandels über das Internet verstoßen gegen Artikel 81 EG
- **Spezielle Fälle:**
  - **Exklusivvertrieb:** « verpflichtet sich der Lieferant, seine Produkte zum Zwecke des Weiterverkaufs in einem bestimmten Gebiet nur an einen Vertriebshändler zu verkaufen» (Rn 161 Leitlinien)
  - **Selektiver Vertrieb:** « Vertriebssysteme, in denen sich der Lieferant verpflichtet, die Vertragswaren oder -dienstleistungen unmittelbar oder mittelbar nur an Händler zu verkaufen, die aufgrund festgelegter Merkmale ausgewählt werden, und in denen sich diese Händler verpflichten, die betreffenden Waren oder Dienstleistungen nicht an Händler zu verkaufen, die nicht zum Vertrieb zugelassen sind. » (Artikel 1 (d) GVO)





## Online-Verkäufe

- **e-Bays Traum**
  - „Call for Action“: Neuer Artikel 4(f): jede Beschränkung eines Händlers, online zu verkaufen, wäre Kernbeschränkung
  - Selektiver Vertrieb = keine Kontrolle über Qualität des Netzauftritts
- **LVMHs Traum**
  - Exklusivvertrieb: Online-Verkäufe = aktive Verkäufe
  - Selektiver Vertrieb: Einfacherer Nachweis von Effizienzgewinnen bei Verbot von Online-Verkäufen
- **Entwurf = status quo + Erläuterungen**
  - Exklusivvertrieb: Mehr Beispiele für aktiven und passiven Verkauf
  - Selektivvertrieb: konsistente Anwendung der Kriterien für Laden und Netz (“bricks and clicks”)



## Online-Verkäufe

### Exklusivvertrieb

- **Marktanteil unter 30%** = Schutz gegen aktive Verkäufe eines anderen Exklusivverkäufers durch GVO gedeckt
- Die Nutzung des Internetzes ist keine Form des aktiven Verkaufs (Rn 52 Entwurf LL)
- Beschränkung der Passivverkäufe ist Kernbeschränkung

### Bei online Verkäufen:

- Aktiver Verkauf = unaufgefordert zugesandte e-mails an Kunden in einem anderen Gebiet; analog Werbung, Megatags und spezielle zielgerichtete Webseiten



## Online-Verkäufe

### Selektiver Vertrieb

- **Marktanteil unter 30% = GVO**

- Beschränkung des Verkaufs an nichtautorisierte Händler
- Ausschluß von Händlern, die die vorgegebenen Kriterien nicht erfüllen (B&W Lautsprecher) (i.e. nur Netzauftritt, kein Geschäft)
- Beschränkungen des aktiven oder passiven Verkaufs ist Kernbeschränkung

### Bei online Verkäufen:

- Verweigerung reiner Onlinehändler (Yves Saint Laurent) rechtens
- Jede Beschränkung des aktiven und passiven Verkaufs über das Netz = Kernbeschränkung (Yves Saint Laurent)
- Erlaubt: qualitative Kriterien für den Netzauftritt (bspw. Verbot, über e-Bay zu verkaufen)
- Aber: konsistente Anwendung der Kriterien. Bsp. Mehrmarkenvertrieb



## Online-Verkäufe

Kernbeschränkungen des passiven Verkaufs (Rn 52 Entwurf LL ):

1. zB Web re-routing
2. Umleitung aufgrund Kreditkartenadresse
3. Begrenzung der on-line Verkäufe
4. Duales Preissystem



## Online-Verkäufe

Leitlinien und GVO erläutern, daß folgende Verpflichtungen freigestellt sind

- Ladenpräsenz
- Minimum- Umsatz off-line
- Qualitäts- und Kundendienstanforderungen on-line müssen denjenigen off-line entsprechen



## Online-Verkäufe

- **Einzelfreistellung**

- Sachlich gerechtfertigte Gründe (Rn 54 Entwurf LL) = Gesundheit & Sicherheit (i.e. kein Verkauf von Waffen über das Netz)
- Effizienzgewinne gemäß Artikel 81(3) EG (zB unterschiedliche Preise Laden und Netz: OFT Yamaha & holl. Küchen)



## Kfz-Vertrieb

Mitteilung vom 22.Juli über den zukünftigen Kartellrechtsrahmen für den Kfz-Sektor:

- Leitlinien zur Ergänzung der Schirm-GVO
- Eventuell mini-GVO
- Verlängerung der VO 1400/2002 nur für den Neuwagenmarkt bis 31.5.2013



## Kfz-Vertrieb

- Keine besonderen Bestimmungen für den Neuwagenmarkt mehr nötig:
  - Wegfall der Händlerschutzbestimmungen (aber Verhaltenskodex ACEA)
  - Angleichung der Bestimmungen über den Markenzwang
  - Parallelhandel (Verfügbarkeitsklausel)
- Fokus auf Kundendienstmarkt
  - Ersatzteilmarkt
  - Zugang zu technischen Informationen für Reparatur & Wartung
  - Garantien
  - Zugang zum Netzwerk der Vertragswerkstätten





## Zu guter Letzt!

### Website:

[http://ec.europa.eu/comm/competition/index\\_de.html](http://ec.europa.eu/comm/competition/index_de.html)



## Haftungsausschluß

- Die hier vertretenen Standpunkte geben die Ansichten des Autors wieder; sie stellen nicht den offiziellen Standpunkt der Europäischen Kommission dar.
- Diese Folien sind Teil eines Vortrags und können ohne diesen nicht vollumfänglich verstanden werden. Einige der hier vorgestellten Thesen sind dafür gedacht, eine Diskussion in Gang zu bringen. Sie stellen daher keinen endgültigen Standpunkt des Autors dar.