

Steuerungsmöglichkeiten des Online-Vertriebs

Selektiver Vertrieb und vertikale Beschränkungen im Online-Handel

Zusammenfassung

Das Verhältnis zwischen Onlinehandel und Selektivvertrieb war lange Zeit unklar; Online-Handelsbeschränkungen und insbesondere die verbreiteten Plattformverbote im Selektivvertrieb wurden als Kartellverstoß angesehen. Mit dem Coty-Urteil des EuGH vom 6. Dezember 2017 trat eine Wende ein, die jedenfalls für Luxusmarken eine Zulässigkeit von Plattformverboten feststellte. Diese Entscheidung wirft allerdings die Frage auf, ob diese Feststellungen auf Luxusprodukte beschränkt sind, ob diese Feststellungen an bestimmte Marktverhältnisse gebunden sind und wie sie sich in den allgemeinen Rahmen von Kartellverbot und Gruppenfreistellung einfügen. Wirkliche Rechtssicherheit besteht derzeit gerade in Deutschland nicht. Einige Voraussagen zur weiteren Entwicklung lassen sich jedoch vermutlich treffen

Aktueller Anlass

Urteil des EuGH vom 07.12.2017 im Verfahren C-230/16.

Thesen & Handlungsempfehlung

Die EuGH-Entscheidung hat mit den Aussagen zum Luxuscharakter nur den Fehler des Pierre Fabre-Urteils korrigiert. Damit ist keine Einschränkung zu früheren Entscheidungen vorgenommen, die den Selektivvertrieb mindestens für langlebige, hochwertige oder erklärungsbedürftige Produkte anerkannt haben. Der Ausschluss von Plattformen im Internethandel im Selektivvertrieb ist zulässig, jedenfalls soweit er auf die Sicherung der Vertriebskontrolle oder die Qualität der Online-Verkaufsumgebung gerichtet ist.

- ⇒ **Praktisch bedeutsam** ist die Qualitäts- und Kontrollorientierung, die der Vertriebsbinder in seinen Vertragstexten zum Ausdruck bringen sollte, um auf der sicheren Seite zu sein;
- ⇒ **Praktisch bedeutsam** ist auch das sich abzeichnende Gegenstück zum Verbot unkontrollierter Online-Absatzstätten; die notwendige Freigabe und allenfalls erlaubte Qualitätskontrolle der Online-Händlerwerbung;
- ⇒ **Problematisch** ist die Fixierung auf bestimmte Produktkategorien als Voraussetzung für den Selektivvertrieb, weil sie für denjenigen, der mit seinem Produkt nicht unter die bereits anerkannten Kategorien fällt, den Zugang zum Selektivvertrieb in Frage stellen, der aus Gründen des Markenrechts oder des Eigentumsschutzes und der Vertragsfreiheit eigentlich für jedermann zugänglich sein müsste
- ⇒ **Problematisch** ist auch die rechtliche Ausgestaltung des Verhältnisses von Onlinehandel und Selektivvertrieb in der Vertikal-GVO der EU-Kommission insoweit, als Vorgaben zum Online-Handel fehlen, die Vorgaben zum Selektivvertrieb unnötig restriktiv sind die Leitlinien der Kommission sich verfehlt am Leitbild des Internethandels als „Passiver Vertrieb“ orientieren

Vorschlag für neue Online-Regeln zur Verkaufsstätte und Werbung:

„Der Händler wird die Vertragsprodukte nur über eine von ihm selbst kontrollierte und gestaltete Webseite unter seinem Namen und seiner Verantwortung vertreiben.“

„Unsichtbare Werbetexte müssen den Vorgaben dieses Vertrages zum Schutz des Markenimages und zur Wahrung eines qualitätsorientierten Fachhandelauftritts genauso wahren wie sichtbare Werbetexte. Im Bereich der Suchmaschinenwerbung und sonstigen Werbekooperationen hat der Händler darauf zu achten, dass

- auf den Seiten Dritter keine Verkäufe von Vertragswaren des Händlers stattfinden;
- auf den Seiten Dritter keine Fälschungen, Nachahmungen oder Originalwaren aus unsicheren Quellen beworben werden,
- der Werbepartner ein Notice- und Take-Down-System zum Schutz vor unzulässigen oder rechtsverletzenden Inhalten vorhält,
- der Werbepartner in den Ergebnislisten von Suchvorgängen zur Marke des Herstellers keine Fremdware anzeigt,
- der Werbepartner sicherstellt, dass nur solche Konkurrenzangebote zur Ware des Händlers angezeigt werden, bei denen ein entsprechender Warenvorrat des Konkurrenten gesichert ist.

Zum Weiterlesen

- *Kommissionspapier* „Competition Policy Brief“ vom 01.04.2018: EU competition rules and marketplace bans: Where do we stand after the Coty judgment?
- OLG Hamburg Urteil vom 23.03.2018, 3 U 250/16
- Bundesgerichtshof Beschluß vom 12.12.2017, KVZ 41/17
- *Andreas Lubberger*, Wo steht der Selektivvertrieb?, ZWeR 2018, 57.

Der Referent / Die Referentin

RA Dr. Andreas Lubberger ist seit 2004 in eigener Sozietät tätig und auf das Marken- und Wettbewerbsrecht spezialisiert. Er beschäftigt sich seit 1994 mit Fragen des Selektivvertriebs und hat das Coty-Verfahren auf Klägerseite betreut.

Kontakt: www.lubbergerlehment.com

Praxistipp

Überprüfen und überarbeiten Sie Ihre Vertriebsverträge im Bereich der Internet-Vorgaben!