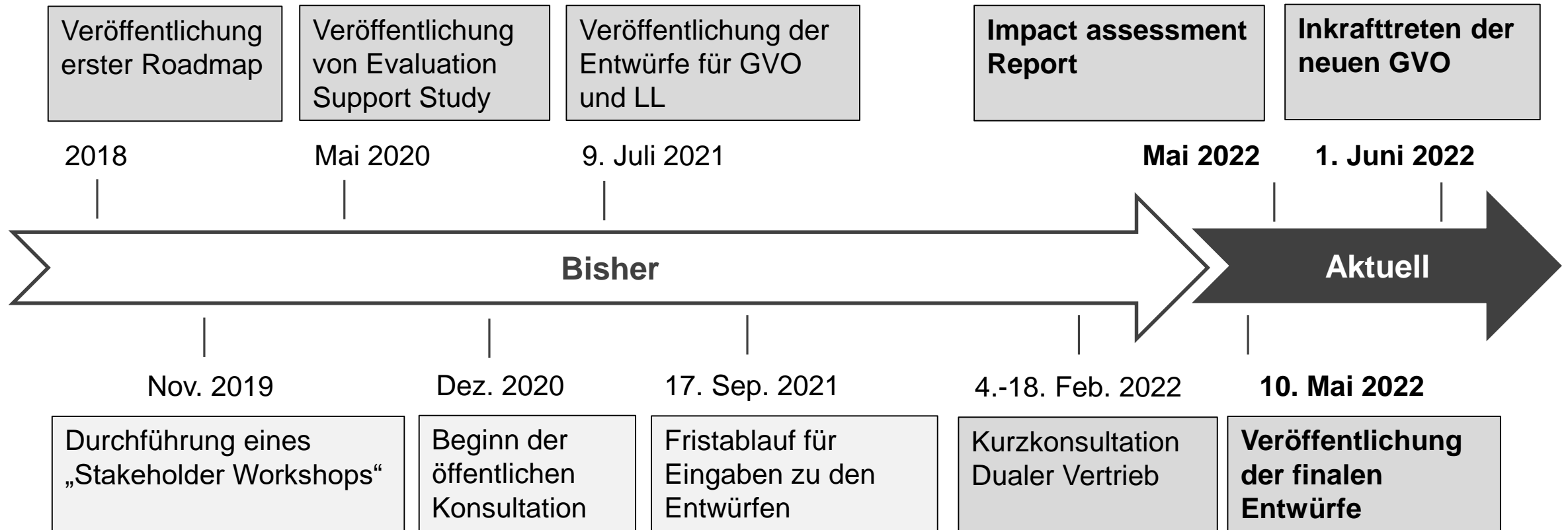


Die Reform der Vertikal-GVO,
unter besonderer Berücksichtigung der Themen Dualer Vertrieb
(Informationsaustausch) und Online-Handelsplattformen

Arbeitssitzung der Studienvereinigung e.V.
Bonn, 31. Mai 2022

Gang des Reformprozesses



Vertikal-GVO – Was ändert sich?

Verschärfungen/Klarstellungen

- Dualer Vertrieb
- Online-Vermittlungsdienste
- Preisbindung
 - Minimum Advertising Prices
- Paritätsklauseln/Meistbegünstigung
 - weite MFN nicht freigestellt
- Handelsvertreter
 - duale Rolle als Händler
 - kartellr. HV-Eigenschaft von Plattformen

Erleichterungen

- Aktive Weiterverkaufsverbote
 - Weitergabe an direkte Abnehmer
 - auch für Exklusiv-/Selektiv-Systeme
 - geteilte Exklusivität im Alleinvertrieb (bis fünf Händler)
- Selektivvertrieb
 - Schutz vor gebietsfremden Händlern
- Internetvertrieb
 - duale Preise, Aufgabe Äquivalenzgebot
- Erfüllungsverträge
- Wettbewerbsverbote
 - automatische Verlängerung möglich
- Handelsvertreter
 - Klarstellungen zu Eigentum und Risiken

Dualer Vertrieb (Informationsaustausch)

Dr. Stephanie Pautke, COMMEO Rechtsanwälte

Dualer Vertrieb: Ausgangslage

- Keine Freistellung vertikaler Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern
- Ausnahme für „dualen Vertrieb“, d.h., wenn Hersteller/Anbieter auf Endkundenebene im Wettbewerb zu Abnehmern vertreibt
- Reformprozess identifiziert Informationsaustausch als unerwünschte Freistellung von Horizontalbeschränkungen („*false positive*“)
- Juli 2021-Entwürfe:
 - jeder Informationsaustausch bei MA >10% nicht länger gruppenfreistellt
- In Reaktion auf ablehnende Praxishaltung:
 - Stakeholder Workshop und Beauftragung von Expert Report
- Februar 2022:
 - Veröffentlichung von Kurzkonsultationspapier und Expert Report

Dualer Vertrieb: Neuregelung

- Erhalt der Ausnahme; Klarstellung der Definition (Art. 2 (4) a und b))
- Neuregelung des Informationsaustauschs (Art. 2 (5))
 - *„Die Ausnahmen nach Absatz 4 Buchstaben a und b [d.h. die Gruppenfreistellung] gelten nicht für den Informationsaustausch zwischen Anbietern und Abnehmern, der entweder nicht direkt die Umsetzung der vertikalen Vereinbarung betrifft oder nicht zur Verbesserung der Produktion oder des Vertriebs der Vertragswaren oder -dienstleistungen erforderlich ist oder keine dieser beiden Voraussetzungen erfüllt“*
- Konkretisierung durch Positiv- und Negativliste in Vertikal-Leitlinien
- Beweislast für Nichtfreistellung liegt bei der Partei, die sich auf Nicht-Freistellung beruft
- Nicht freigestellter Informationsaustausch ist individual zu beurteilen, keine Vermutung von Horizontalabrede, keine Auswirkung auf Restvereinbarung

Vertikal-LL (Rn. 99,100): Positiv- und Negativliste

Positiv/idR freigestellt

Technische Informationen

Logistische Informationen

- Produktionsprozesse, Lagerbestände, Liefer- und Verkaufsvolumina, Retouren

Abverkaufsinformationen

- Kundenpräferenz und -feedback, sofern nicht für Kernbeschränkungen relevant

Lieferpreise

UVP, sofern nicht für Preisbindung relevant

Informationen zu Marketingaktivitäten

Leistungsbezogene Vertriebszahlen

- aggregiert betreffend andere Händler
- relativ in Bezug auf Wettbewerbsprodukte

Negativ/idR nicht freigestellt

Zukünftige Verkaufspreise

Kundenspezifische Weiterverkaufsinformationen

- Ausnahmen:
 - Notwendig zur Erfüllung von Kundenanforderungen, Gewährung von Direktkonditionen, Pre-/After-Sales-Services, Garantien
 - Notwendig für Errichtung oder Kontrolle von Allein-/Selektivvertrieb

Informationen zu Private Label-Produkten des Händlers, sofern nicht vom Anbieter bezogen

Online-Handelsplattformen

Dr. Petra Linsmeier, GleissLutz Rechtsanwälte

Online-Handelsplattformen: Ausgangslage

- Neue Geschäftsmodelle der Online-Plattformwirtschaft: „nicht immer einfach zu kategorisieren“ (EG 10)
- Bisher: Plattformen als (echter) Handelsvertreter oder als Abnehmer (im Reseller-Modell), aber: Zwischenformen, insbesondere bei hybriden Plattformen oder bei arbeitsteiliger Zusammenarbeit
 - Beurteilung von Plattformen in der Praxis einzelfallabhängig
 - Beurteilung wichtig v.a. wegen Preisbindungsverbot
- Entwurf von Juli 2021: Plattform als Anbieter von Vermittlungsdienstleistung und des vermittelten Produkts: stark kritisiert

Online-Handelsplattformen: Neuregelung (1)

Wie sind Plattformen zu kategorisieren?

- **Definition von Online-Vermittlungsdienste (Art. 1 Abs. 1 lit. e):**
„Online-Vermittlungsdienste sind Dienste, die es Unternehmen ermöglichen, Waren oder Dienstleistungen anzubieten,
 - indem sie die Einleitung direkter Transaktionen mit anderen Unternehmen vermitteln oder
 - indem sie die Einleitung direkter Transaktionen zwischen diesen Unternehmen und Endverbrauchern vermitteln,unabhängig davon, ob und wo die Transaktionen letztlich abgeschlossen werden.“
- **Verweis auf P2B-VO (vgl. EG 11, Rz. 64 LL) und RL 2015/1535**
EG 8 P2B-VO: „...abzielen, die Anbahnung direkter Transaktionen zwischen gewerblichen Nutzern und Verbrauchern zu erleichtern, und zwar unabhängig davon, ob die Transaktionen letztlich entweder online, auf dem Online-Portal des Anbieters der jeweiligen Online-Vermittlungsdienste oder des gewerblichen Nutzers, oder aber offline abgeschlossen werden.“
- **Beispiele: Online-Marktplätze, Online-Dienste soz. Medien, Hotel- und Reiseportale, App Stores, Preisvergleichsseiten (Rz. 64 vs. 332 LL)**

Online-Handelsplattformen: Neuregelung (2)

Wie sind Online-Vermittlungsdienste nach der Vertikal-GVO einzuordnen?

- Online-Vermittlungsdienste idR \neq (echter) Handelsvertreter (Rz. 46, 63 LL):
 - Stellung in Vertriebssystem nur mit (echten) Handelsvertretern?
- Online-Vermittlungsdienste = Anbieter (Art. 1 Abs. 1 lit. d):
 - Anbieter der Vermittlungsleistung (+) (vgl. Rz. 67 LL)
 - Käufer des vermittelten Produkts (-) (vgl. Rz. 67 lit. a LL)
- Hybride Plattformen \neq Vertikal-GVO (Art. 2 Abs. 6, Rz. 67 lit. e LL)

Fragen:

- Verbundene Unternehmen (Art. 1 Abs. 2): z.B. Hersteller mit Online-Vermittlungsdienst: notwendigerweise einheitlich einzuordnen?
- Abgrenzung zu Unternehmen, die nicht Online-Vermittlungsdienste sind (Rz. 68 LL)?

Online-Handelsplattformen: Neuregelung (3)

Welche Beschränkungen dürfen Online-Vermittlungsdienste auferlegen?

- Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten können Abnehmern dieser Dienste nur begrenzte Vorgaben machen:
 - Zulässig: Verkaufsbeschränkungen innerhalb der Grenzen von Art. 4 (vgl. Rz. 67 lit. c LL), d.h. insbesondere keine Fest- oder Mindestverkaufspreise
 - Unzulässig: plattformübergreifende Paritätsverpflichtungen („erweiterte Meistbegünstigungsklausel“) (vgl. Art. 5 Abs. 1 lit. d, Rz. 67 lit. d, Rz. 360ff. LL)
 - IdR zulässig: enge Paritätsverpflichtungen, d.h. Klauseln, die günstigere Angebote auf anderen Vertriebskanälen (z.B. auf der jeweils eigenen Webseite des Abnehmers der Vermittlungsleistung oder offline) untersagen (vgl. Rz. 369 ff. LL)
- Marktanteilsberechnung: Rz. 67 LL: Marktanteil auf Markt für derartige Dienstleistungen: ggf. Online vs. Offline, Direkt vs. Vermittlungsleistungen

Kontakt

Dr. Petra Linsmeier

Petra.Linsmeier@gleisslutz.com

Gleiss Lutz

Karl-Scharnagl-Ring 6

80539 München

Tel.: +49 89 21667-220

Fax: +49 89 21667-111

Dr. Stephanie Pautke

Stephanie.Pautke@commeo-law.com

COMMEO Rechtsanwälte PartGmbB

Rechtsanwälte und Notar

Werfthaus, Speicherstraße 55

60327 Frankfurt am Main

Tel.: + 49 69 65 99 90 0

Fax: + 49 69 65 99 90 199