



STUDIENVEREINIGUNG
KARTELLRECHT

Preisbindungsverbot Revisited

Anne C. Wegner, Markus Brösamle
Bonn, 4. Dezember 2025



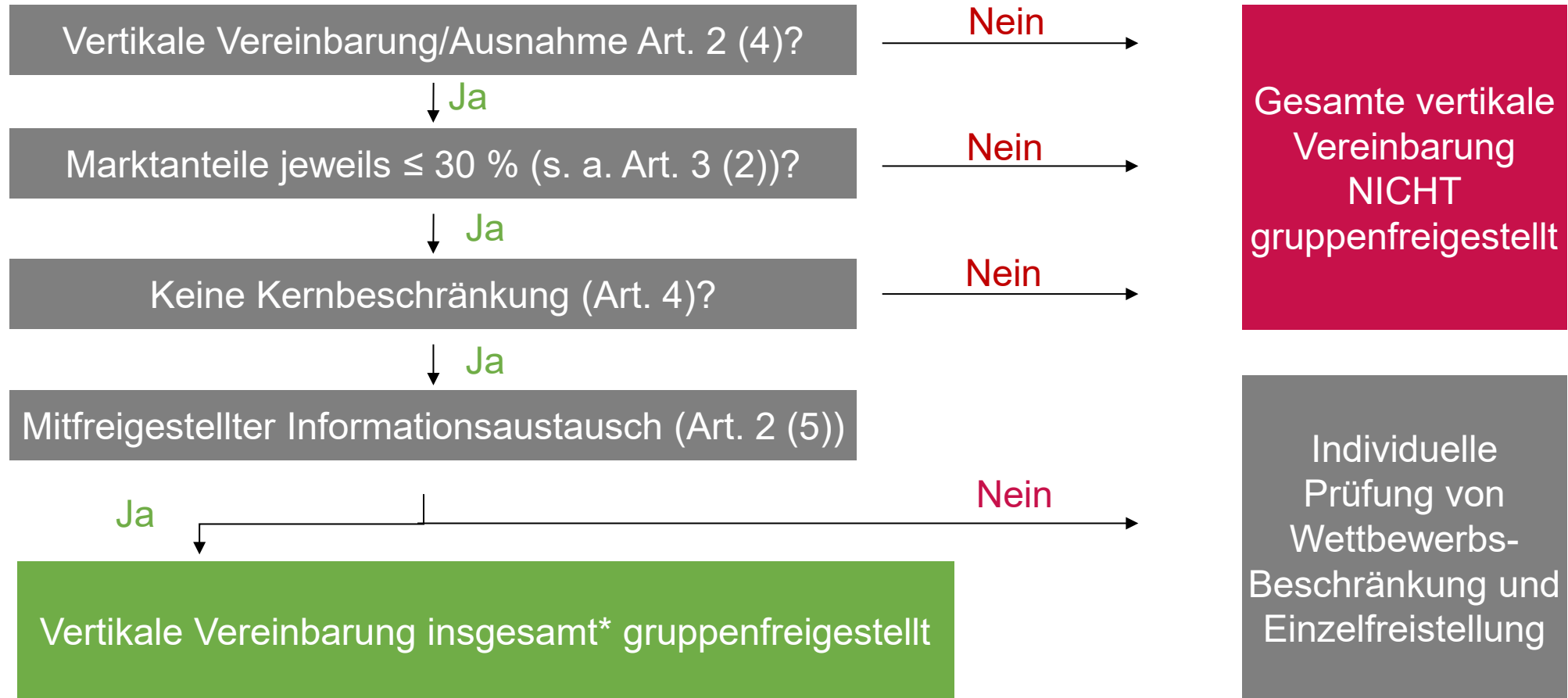
AGENDA

- Warm-up: Klassiker Preisbindung
- Höchstpreis oder Festpreis?
- Drei-Parteien-Verträge
 - Erfüllungsverträge
 - Projektverträge (Objektverträge)
 - Sonderkonditionen – insbesondere für Großkunden
 - Setzteilmanagement
- Diskussion

Preisbindung - Klassiker



VERTIKAL-GVO



* Vorbehaltlich etwaiger grauer Klauseln nach Art. 5 Vertikal-GVO

PREISBINDUNGSVERBOT - ART. 4 lit. a) VERTIKAL-GVO

- Unzulässige Kernbeschränkungen sind dem **Abnehmer** auferlegte:
 - Festpreise
 - Mindestpreise
 - Verbindliche Preispannen / Maximalrabatte
 - **Ausnahme:** Abnehmer ist „echter“ Agent und trägt kein eigenes Risiko
- Keine Kernbeschränkungen sind:
 - Höchstpreise/ Mindestrabatte
 - Ausnahme: Wirkung wie Fest-/Mindestpreise (sofern Ausübung von Druck oder Gewährung von Anreizen?)
 - Unverbindliche Preisempfehlungen – solange sie unverbindlich bleiben
 - Preisbindungen des **Anbieters**

HÖCHSTPREIS ODER FESTPREIS?

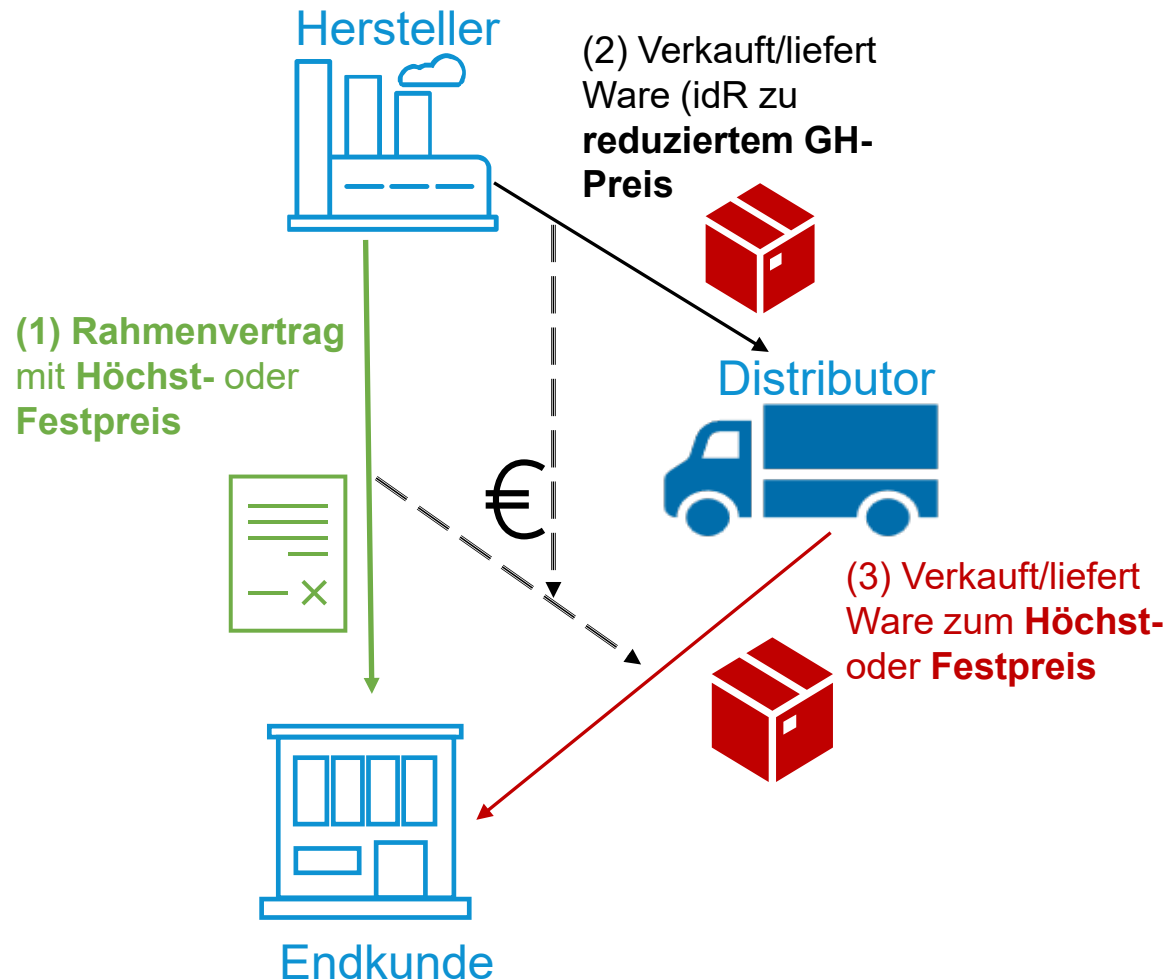
- Umstritten, ob Höchstpreisbindungen überhaupt eine Wettbewerbsbeschränkung sind
- Höchstverkaufspreise jedenfalls zulässig, wenn diese keine Fest- oder Mindestverkaufspreise sind
- Vertikal-GVO fordert zusätzlich Ausübung von Druck oder Gewährung von Anreizen (strittig)
- Oberhalb der Marktanteilsschwelle der Vertikal-GVO Einzelfreistellung möglich
 - Höchstpreisvorgaben haben meist Vorteile für die Verbraucher, da Höchstpreisvorgaben regelmäßig zu günstigeren Preisen führen
 - Höchstpreise in der Regel weniger schädlich, weil der Interbrand-Wettbewerb bestehen bleibt
 - Herstellung von Kollusion auf Hersteller- oder Händlerseite; die Handlungsfreiheit der Händler wird nur nach oben beschränkt
 - P – Ankerwirkung des Höchstpreises und erhöhte Kollusion?

A white semi-truck is driving on a multi-lane highway towards the viewer. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow and long shadows. The sky is a mix of blue and orange. In the background, there are green hills and some distant buildings. Other vehicles are visible further down the road.

Erfüllungsverträge Projektverträge Großkundenrabatte

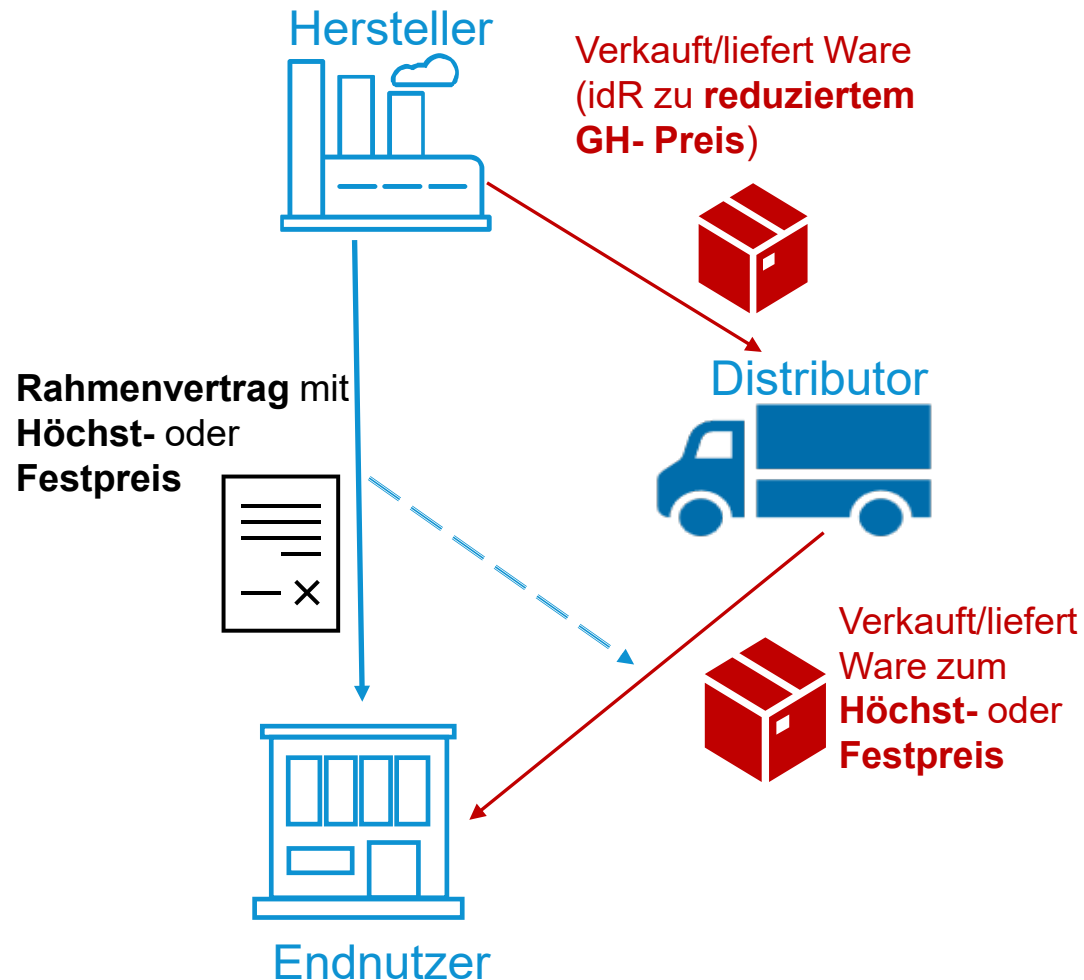
Verderben mehr als zwei Köche den Brei?

ERFÜLLUNGSVERTRAG – AUSGANGSLAGE (1)



- **Anbieter (Hersteller) und Endkunden schließen Liefer(rahmen)vertrag**
- Anbieter und Distributor vereinbaren, dass Distributor Vertrag auf eigene Rechnung ausführt (**Erfüllungsvertrag**)
- In seinem **Ausführungsvertrag** mit dem Endkunden ist der Distributor an vom Hersteller verhandelten **Höchstpreis** oder (de facto-) **Festpreis** gebunden
- Bezweckte Preisbindung?
 - **Höchstpreis (-)**
 - **(de facto-) Festpreis?**

NEUE RN. 193 V-LL: ERFÜLLUNGSVERTRAG



■ Lösung Rn. 193 Vertikal-LL:

Wenn:

- Rahmenvertrag „**zuvor**“ geschlossen, und
- Anbieter (hier: Hersteller) **sucht** ausführenden Abnehmer (Distributor) **aus**

Dann:

- Wettbewerbsprozess abgeschlossen
- kann im Ausführungsvertrag nicht mehr beschränkt werden
- Rechtsfolge: **Festpreisvorgabe keine Kernbeschränkung**

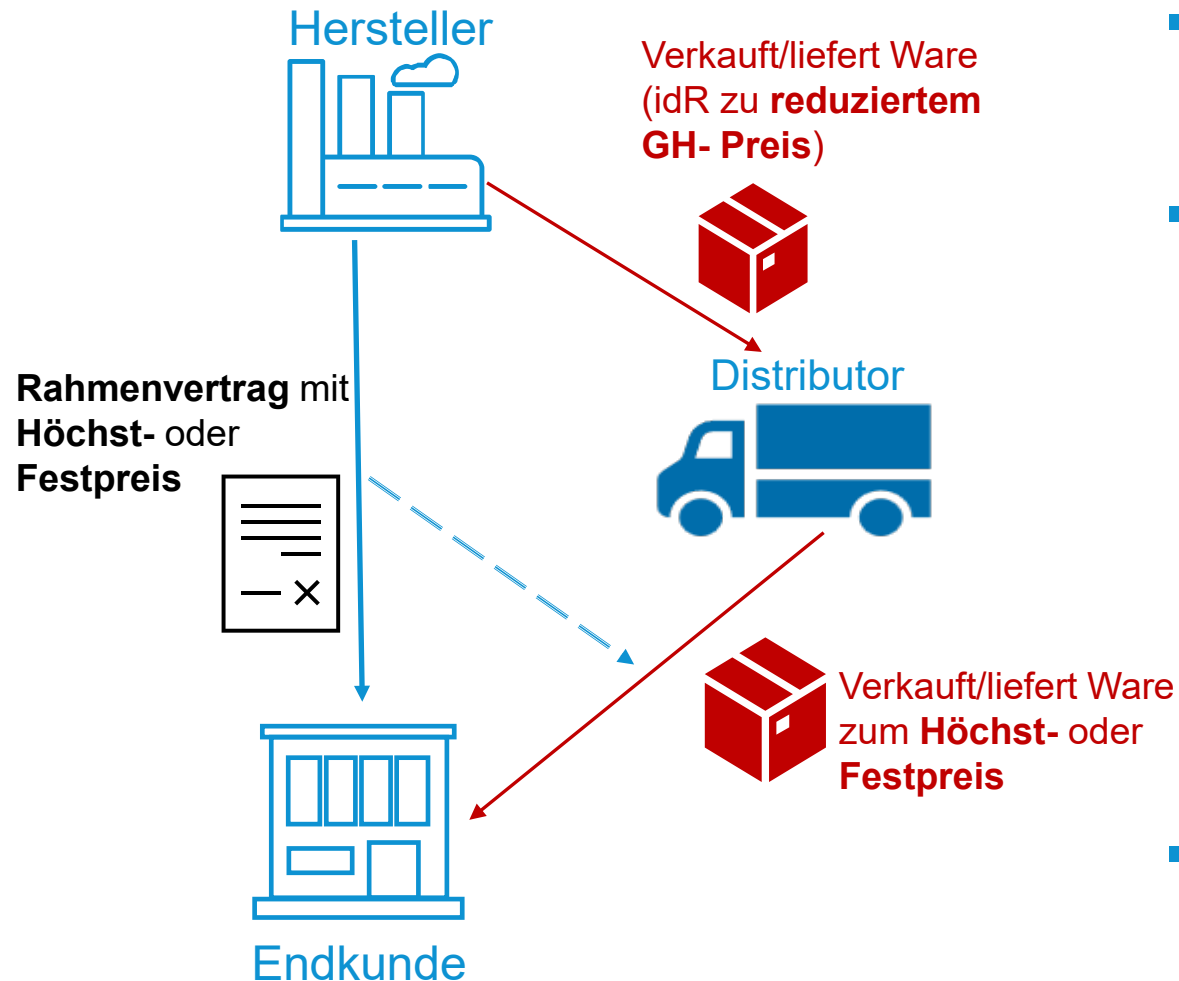
Sucht **Kunde Distributor** aus, ist Konditionenwettbewerb möglich und **kann** es sich um eine Kernbeschränkung handeln

BACK-UP: WORTLAUT RN. 193 VERTIKAL-LL

*„Im Rahmen eines Erfüllungsvertrags schließt der Anbieter mit einem Abnehmer eine vertikale Vereinbarung **zum Zweck der Ausführung** (Erfüllung) eines **zuvor** zwischen dem Anbieter und einem bestimmten Kunden **geschlossenen Liefervertrags**. **Wählt der Anbieter das Unternehmen aus**, das die Erfüllungsdienstleistungen erbringen wird, **gilt die Festsetzung eines Weiterverkaufspreises durch den Anbieter nicht als Preisbindung** der zweiten Hand. In diesem Fall schränkt der im Erfüllungsvertrag vorgeschriebene Weiterverkaufspreis weder den Wettbewerb bei der Lieferung der Waren oder Dienstleistungen an den Kunden noch den Wettbewerb bei der Erbringung der Erfüllungsdienstleistungen ein. (...)*

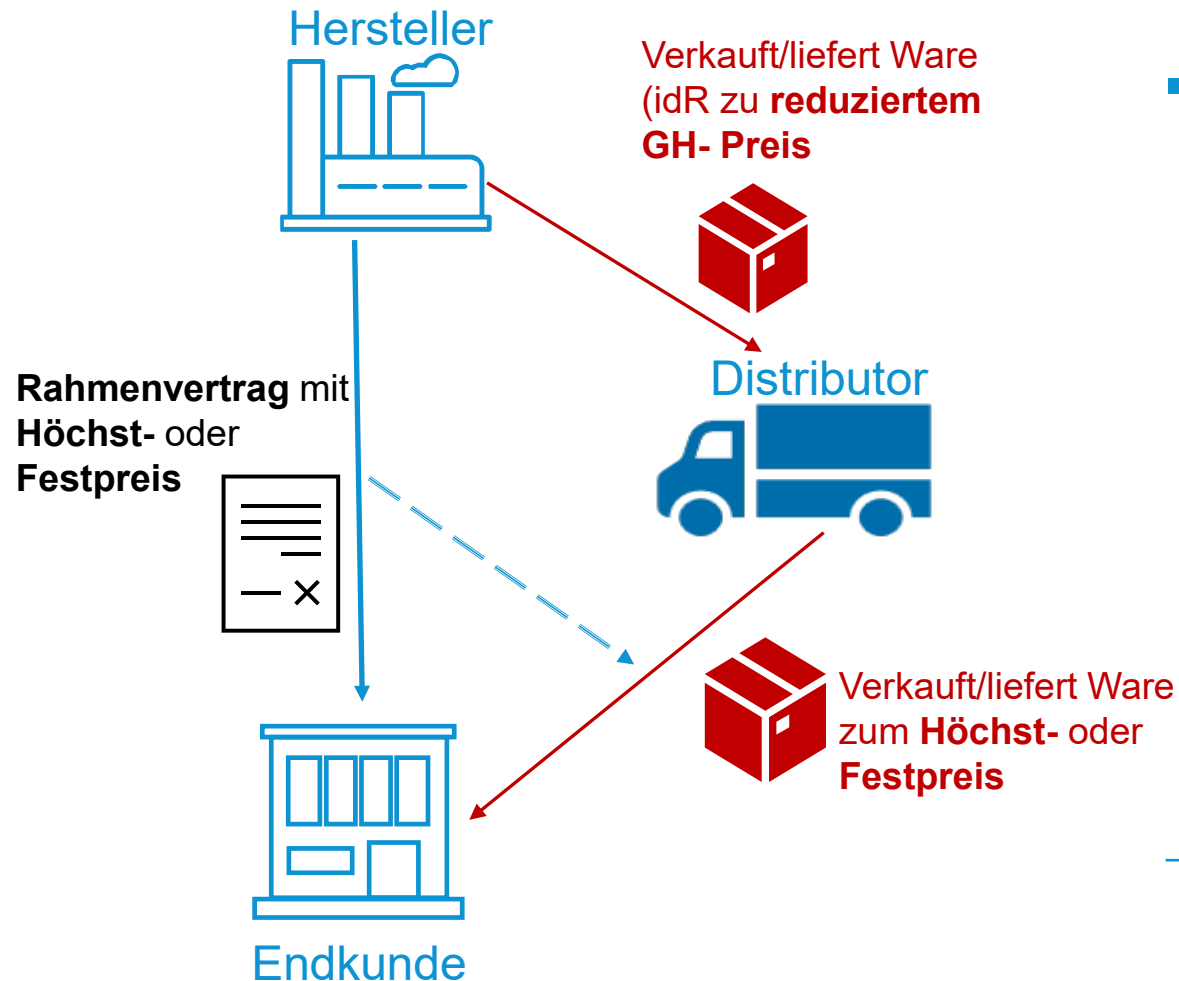
*Wählt der **Kunde** hingegen das Unternehmen aus, das die Erfüllungsdienste erbringen wird, **kann** das Vorschreiben eines Weiterverkaufspreises durch den Anbieter den Wettbewerb bei der Erbringung der Erfüllungsdienstleistungen einschränken. In diesem Fall **kann** die Festsetzung eines Weiterverkaufspreises auf eine Preisbindung der zweiten Hand hinauslaufen.“*

ZWINGENDE AUSWAHL ERFÜLLER DURCH ANBIETER?



- Erfüllungsvertrag hebt (idealerweise) Effizienzen arbeitsteiligen Vorgehens in der Distributionskette
- Beschränkung nicht bezweckt oder Art. 101 Abs. 3 AEUV?
 - Z.B. Großkunde mit Bedarf an **verschiedenen Orten** (mehrere Distributoren)
 - Z.B. Zentraler Einkauf **endverhandelt** den Rahmenvertrag idR zu Sonderkonditionen
 - Preiswettbewerb mglw. auch dann beendet, wenn der Endkunde den Distributor (nachträglich) aussucht? **Kundenvorteil:** Servicewettbewerb bleibt
- Grapevine Rumors: EU-Kommission akzeptiert
 - Auswahl des Erfüllers durch Hersteller in Absprache mit dem Endkunden

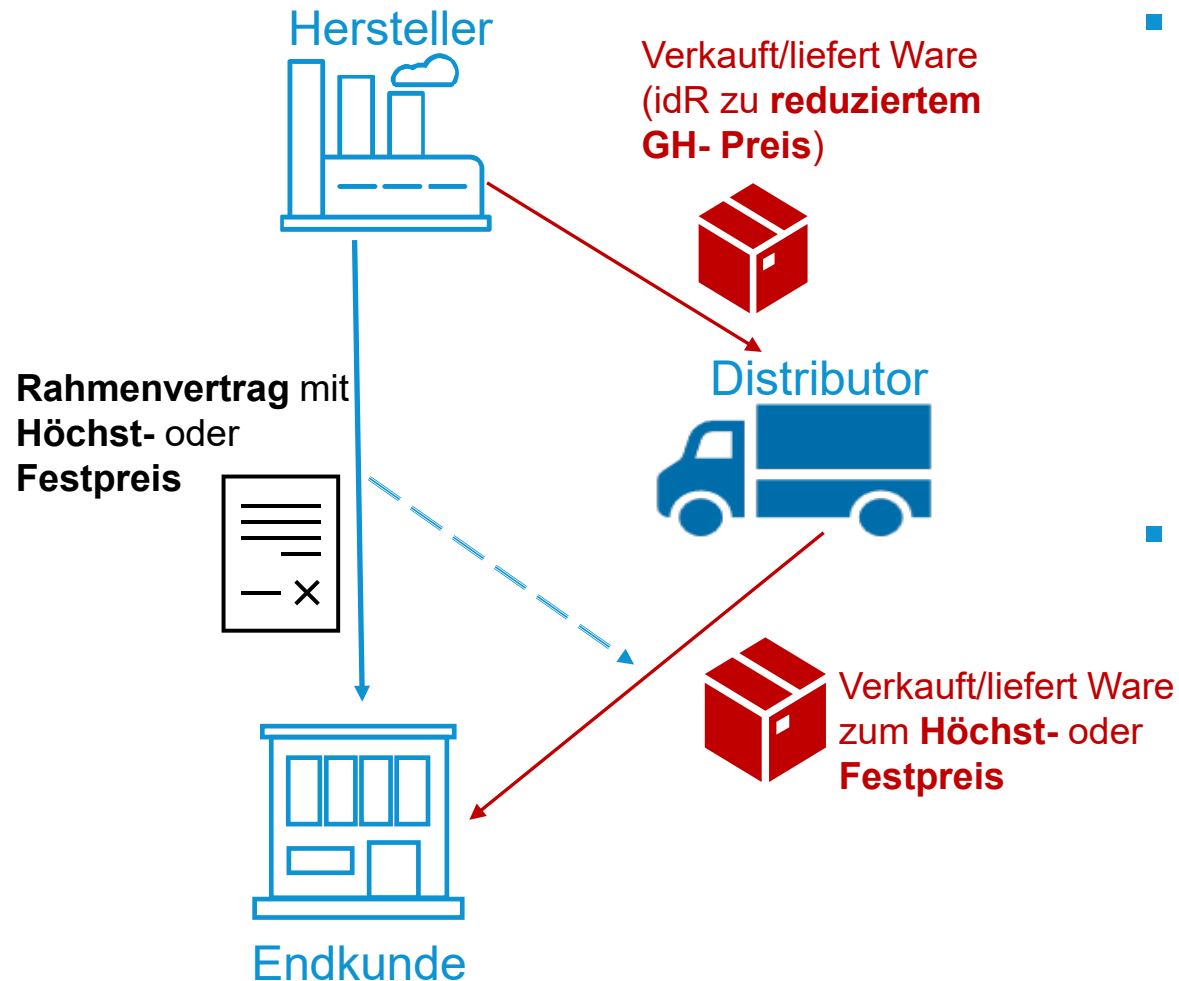
FESTPREIS BEI ZU GERINGER RESTMARGE?



- Kann wirtschaftlich effizient sein:
 - Distributor spart Akquise (ggf. nur Logistikkosten)
 - Distributor wird Erfüllung nicht übernehmen, wenn Restmarge unattraktiv
 - Distributor erhält idR **zusätzlichen Preisnachlass**, ohne den er im Interbrand-Wettbewerb nicht wettbewerbsfähig wäre
 - Berechtigtes Interesse des Herstellers an Weitergabe von Preisvorteil an Endkunden

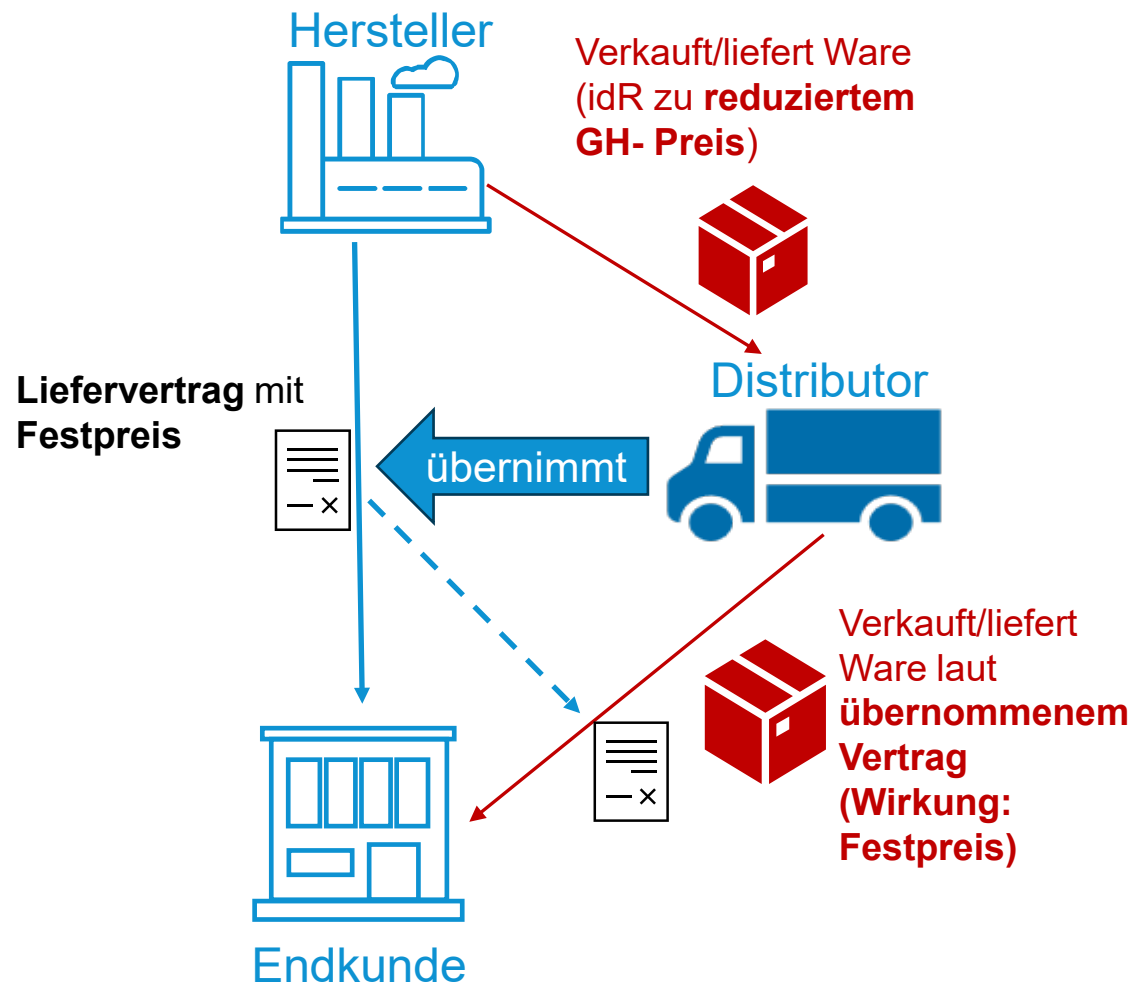
→ De facto-Festpreise problematisch vor allem bei Marktmacht

ZWINGENDE ABFOLGE DER VERTRAGSSCHLÜSSE?



- Strikte zeitliche Abfolge in Rn. 193 Vertikal-LL von
 - (1) Rahmenvertrag und
 - (2) Erfüllungsvertrag ohne vorherige Fühlungnahme mit ausführendem Distributor praxisfern
- Hersteller muss bei Abschluss Rahmenvertrag wissen, ob der Distributor Erfüllungs- und Ausführungsvertrag abschließt

BACK TO THE ROOTS: LÖSUNG VERTRAGSKAUF?



- Argument: Technisch keine Preisbindung, weil es keinen Erst- und Zweitvertrag gibt, sondern nur den einen Vertrag, der übernommen wird
- **Ist Vertragskauf wirklich „sicherer“ als Erfüllungsvertragskonstrukt?**
- Wirtschaftlich dasselbe wie eine Erfüllungsvertragskonstruktion mit Festpreis
- Setzt dieselben Vereinbarungen im Vorfeld/ Hintergrund wie Erfüllungsvertragskonstrukt mit Festpreis voraus
- Vertragskauf für Kunden ungünstiger (nur ein Schuldner)

PROJEKTVERTRAG



- Endkunde fragt bei Händler **Sonderkonditionen für (Groß)-Projekt** an
- Häufig: im Rahmen von **Ausschreibungen**
- Händler fragt bei Hersteller nach speziellen Konditionen für Projekt
- Hersteller bezuschusst Projektvertragskonditionen
- Hersteller verlangt Weitergabe des vollen Vorteils (und ggf. noch mehr) an Endkunden
- Händler bietet Projektvertrag zu Sonderkonditionen an (Höchst- oder Festpreis)

SONDERKUNDENRABATTE (1/3)



- Ratio analog Projektverträgen:
- Sollen dem Händler ermöglichen, Endkunden einen besseren Preis einzuräumen
- Sonderkonditionen sind **allgemein** für eine **bestimmte Kundengruppe (z.B. gewerbliche Kunden)** definiert, die mit den sonst marktüblichen Konditionen im **Interbrand-Wettbewerb** nicht erreicht werden können
- Hersteller fordert (mindestens) Weitergabe des eingeräumten Preisvorteils
- Ausgestaltung häufig als **Höchstpreis**

SONDERKUNDENRABATTE (2/3)



- **Falls de facto Festpreis:**
 - **Rn. 193 Vertikal-LL greift nicht:**
 - Kein direkter Vertrag Hersteller-Endkunde
 - Bezweckte Beschränkung? 101 Abs 3 AEUV?
 - Ähnliche Erwägung wie bei Erfüllungsvertrag
 - De facto-Festpreis für den Kunden maximal effizient
 - Problematisch vor allem bei Marktmacht des Herstellers (d.h. wenn Händler de facto nicht frei entscheiden kann, ob er das Geschäft machen will oder nicht)

SONDERKUNDENRABATTE = KUNDENBESCHRÄNKUNG?



- Sonderkundenrabatte (oder Zuschüsse) nur für die Geschäfte mit Sonderkunden
- Rn. 204 Vertikal-LL: „*Berechnung höherer Händlerpreise für Produkte, die an solche Kunden verkauft werden*“
 - indirekte Kundenkreisbeschränkung?
 - Was ist der **objektive Zweck** des Preisnachlasses für die Sonderkundengruppe?
- Wenn legitimer Zweck und Nachlass verhältnismäßig, Beschränkung nicht bezweckt, z.B.:
 - Zuschüsse decken **besonderen Aufwand** für diese Kundengruppe ab
 - Zuschüsse weil für diese Kundengruppe andere Wettbewerbs-Bedingungen herrschen (Interbrand-Wettbewerb)
 - Vgl. auch **Rn. 100 lit. b Nr. 1 Vertikal-LL**

ELEKTROZUBEHÖR GELDBUßEN (FR) – WIDERSPRUCH?

- Autorité de la Concurrence (ADC) bebußt Hersteller und Großhändler von Elektrozubehör wegen Preisbindung der zweiten Hand (EUR 470 Mio.):
 - Teils klassischen Preisbindungsmechanismen, teils Großkundenrabatte teils Erfüllungsverträge

Thema Erfüllungsverträge i.S. von Rn. 193 Vertikal-LL wird nur in 4 Absätzen behandelt.

- Keine Erfüllungsverträge i.S. von Rn. 193 Vertikal-LL, weil:
 - günstigere Endkundenpreise beruhten nicht „systematisch“ auf einem „*zuvor* ausgehandelten Vertrag“, sondern Kunden verhandelten (auch) direkt mit den Distributoren
 - Wenn Erfüllungsvertrag konnten die Kunden den Distributor auswählen
- **U.E. kein Widerspruch zum o.g., weil Sonderfall:**
 - Hohe Marktkonzentration/ Preisniveau in Frankreich; das System zielte (anhand von Dokumenten belegbar) auf Hochhaltung des Preisniveaus
 - Kunden sollten denken, sie hätten einen Sonderpreis vereinbart, um sie vom Einkauf im Ausland abzuhalten

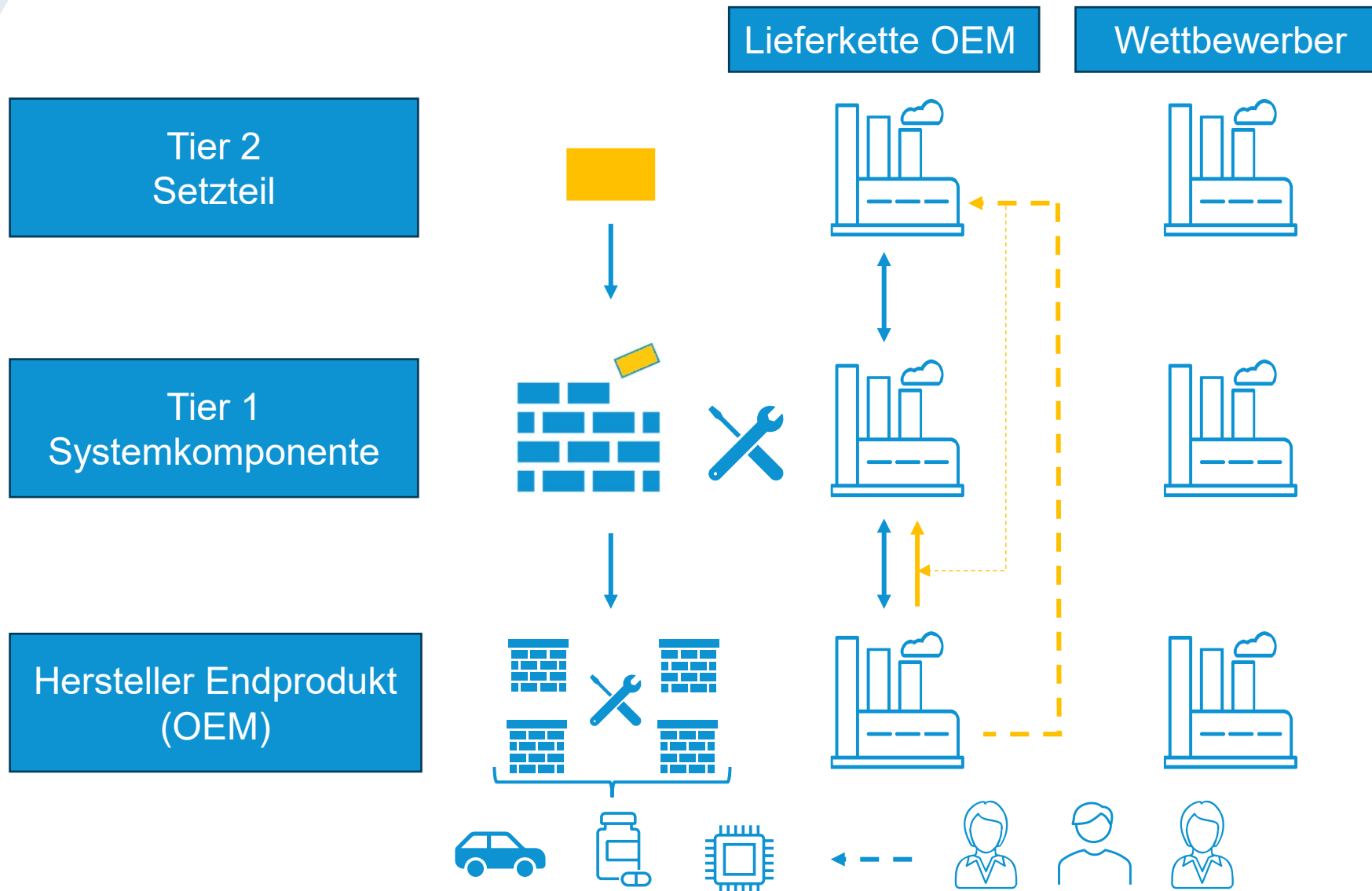
ZWISCHENFAZIT

- Rn. 193 Vertikal-LL beschreibt **eine Variation**, in der Festpreisbindung keine Kernbeschränkung ist
- Rn. 193 Vertikal-LL zu eng und **nicht abschließend**
- Immer **Einzelfallprüfung** im konkreten Fall
 - „echte Höchstpreisbindung“ ? → bei Marktanteilen < 30%: gruppenfreigestellt
 - „De facto Festpreis“?
 - Objektiver Zweck der Bindung? → Desto eher Zweck (maximal) günstiger Preis für den Endkunden, desto eher unproblematisch, weil Preisbindung **nicht objektiv bezweckt** i.S.d. Art. 4 lit. a Vertikal-GVO; hilfsweise **Einzelfreistellung**
 - Problematisch vor allem bei Marktmacht des Herstellers/Anbieters (→ Vertikal-GVO greift dann idR nicht ein, ggf. Art. 102 AEUV/ §§ 19, 20 GWB)
 - Zielt Festpreis de facto darauf, den Preis hochzuhalten → Art. 4 lit. a Vertikal-GVO (+)

A close-up photograph of an industrial robotic welding process. A red robotic arm is positioned on the right, with its welding torch tip making contact with a metal workpiece. A large, bright, starburst-like spray of orange and yellow sparks erupts from the point of contact, dominating the left side of the frame. The background is dark and out of focus, showing other industrial equipment. The overall lighting is dim, with the primary light source being the intense heat of the weld.

SETZTEIL-MANAGEMENT

SETZTEIL-MANAGEMENT



- Preisbindung und Informationsaustausch zulässig?
 - OEM <-> Tier 1
 - OEM <-> Tier 2
 - Tier 1 <-> Tier 2

FAZIT

- Die „klassische“ Preisbindung der zweiten Hand ist als Kernbeschränkung unzulässig
- **Außerhalb „klassischer“ Preisbindungen ist Einzelfall zu betrachten: Preisbindungen sind nicht per se wettbewerbsschädlich und können zulässig sein.**
- Preisbindungen des Abnehmers:
 - idR „bezweckt“ und Kernbeschränkung der Vertikal-GVO (keine Freistellung), aber nicht zwingend – Kernbeschränkungen sind stets nur bezweckte Beschränkungen (Wortlaut)
 - (Echte) Höchstpreisbindungen als zulässige Gestaltungsmöglichkeit
 - Bei (de facto) Festpreis: Objektiver Zweck der Bindung zu beachten:
 - Je eher Zweck (maximal) günstiger Preis für den Endkunden, desto eher unproblematisch – und jedenfalls Einzelfreistellung denkbar
- Preisbindungen des Anbieters:
 - Im Rahmen der Vertikal-GVO freigestellt
 - Außerhalb der Vertikal-GVO Einzelfreistellung möglich – insbesondere, wenn nicht bloß der Preis hochgehalten werden soll
- Informationsfluss im Zusammenhang mit der Vereinbarung: Einzelfallprüfung
- Bei Marktmacht des Preisbindenden: Vorsicht geboten (Art. 101, 102 AEUV/ §§ 19, 20 GWB)

FRAGEN / DISKUSSION

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

NEU: RN 197 C V-LL: LOCKVOGELANGEBOTE

- Rn. 197 c Vertikal-Leitlinien (Vertikal-LL):
Preisbindung als mögliche Effizienzsteigerung i.S.d. Art. 101 Abs. 3 AEUV?
- Regelmäßiger Verkauf unter dem Großhandelspreis kann negative Folgen haben:
 - Beschädigung des Markenimages
 - Schwächung der Gesamtnachfrage
 - Verringerung von Investitionsanreizen
- *Ausnahmsweise Einzelfreistellung denkbar zur Verhinderung von Lockvogelangeboten durch*
 - Festlegung von Mindestpreisen für den Weiterverkauf
 - Mindestwerbepreisen

WERBUNG DES HERSTELLERS – PREISBINDUNG?

- Preiswerbung durch den Hersteller kann faktischen Zwang zur Übernahme des Preises auf den Abnehmer ausüben und Preisbindung sein
 - Hinweis auf Freiheit an der Teilnahme lässt Bindung entfallen
 - Kurzfristige Sonderangebotskampagnen mit Festpreisen möglich (in der Regel mangels Spürbarkeit – tatbestandsmäßig aber Wettbewerbsbeschränkung)
 - Höchstpreise möglich – zudem häufig vorteilhaft für Verbraucher

INFORMATIONSAUSTAUSCH IM DUALEN VERTRIEB

- Freistellung der Vertikal-GVO gilt nicht für Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern, es sei denn das Wettbewerbsverhältnis beschränkt sich auf eine Handelsstufe (Art. 2 Abs. 4 Vertikal-GVO)
 - Aber: Einschränkungen für den Informationsaustausch beim Dualen Vertrieb (Art. 2 Abs. 5 Vertikal-GVO)
 - Informationsaustausch im **dualen Vertrieb** freistellungsfähig, sofern (i) dieser der Umsetzung der vertikalen Vereinbarung dient und (ii) zur Optimierung der Produktion oder des Vertriebs der Vertragswaren oder -dienstleistungen **erforderlich** ist
 - Grundsatz der Erforderlichkeit → **Einzelfallbetrachtung**
 - Hilfreiche und praxistaugliche – nicht abschließende – Beispiele der Vertikal-LL
 - Rn. 100 lit. b) Nr. 2 Vertikal-LL: Informationen über Endverbraucher können ausgetauscht werden, um Sonderkonditionen zu gewähren
 - Ist der Informationsaustausch nach Vertikal-GVO unzulässig, ist er zwar nicht im Rahmen der Vertikal-GVO freigestellt, kann aber nach Maßgabe des allgemeinen Kartellverbots zulässig sein
- **Horizontal-LL von Bedeutung**