

Wettbewerbsfreiheit – Fairer Wettbewerb in allen Vertriebskanälen

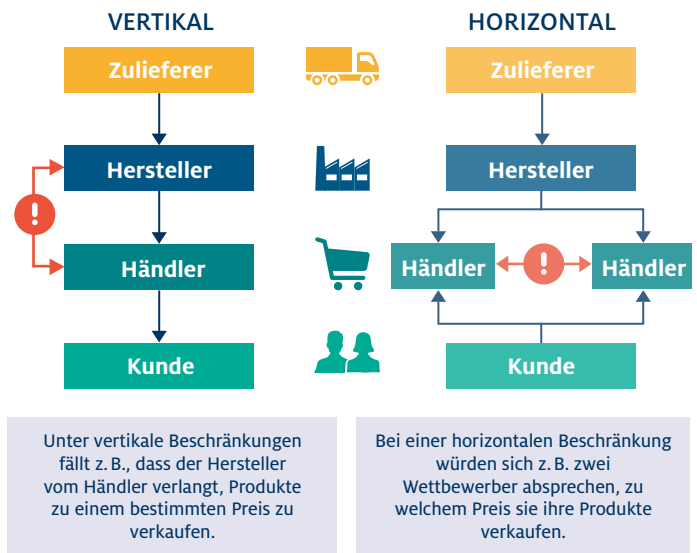
Vertikal-GVO und Leitlinien sichern Handlungsspielräume und Wettbewerb

- Wesentliche Voraussetzung eines funktionierenden Binnenmarktes ist die Vertragsfreiheit. Sie stellt die entscheidende Grundlage für den freien Wettbewerb dar. Unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen in Form von Bindungen des Händlers durch den Lieferanten sowie effiziente und deshalb zulässige Vereinbarungen zwischen den Vertragspartnern in der Lieferkette werden in der Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung und den Leitlinien beschrieben. Deren Geltungsdauer endet am 31. Mai 2022.
- Ab 2019 steht daher die politische Diskussion in Zusammenhang mit diesem Regelwerk auf der Tagesordnung. Die sog. Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung und die entsprechenden Leitlinien gehen aus Sicht des HDE in die richtige Richtung. Sie konkretisieren die bestehenden Freistellungsmöglichkeiten und vermitteln damit den Unternehmen wichtige Rechtssicherheit bei der Anwendung des Kartellrechts. Ihre Geltungsdauer sollte daher unbedingt verlängert werden.
- Um die positive Wirkung der Regelungen zu optimieren, sollte die Verordnung und die Leitlinien jedoch an einigen Stellen nachgeschärft, konkretisiert und aktualisiert werden, etwa um der fortschreitenden Digitalisierung des Wirtschaftslebens Rechnung zu tragen. Wichtige einzelhandelsrelevante Themenkomplexe sind vertikale Vertriebsbeschränkungen, die Förderung von Verkaufsanstrengungen, Listungsgebühren und Werbekostenzuschüsse oder die Möglichkeit zur Preiskoordinierung beim Online-Auftritt von Verbundgruppen.

Notwendige Klarstellungen und Fortentwicklung des bestehenden Rechtsrahmens

- Die bestehende Regelung, nach der vertikale Einschränkungen zur Nutzung des Internets für den Vertrieb als Kernbeschränkungen gelten, muss unbedingt uneingeschränkt aufrechterhalten werden. Derzeit versuchen insbesondere Hersteller von Markenprodukten auf verschiedene Weise, dem Handel den Vertrieb über das Internet (z. B. durch Online-Shops) zu untersagen. Der Handel muss aber seine Vertriebsentscheidungen autonom treffen können, da er auch das Vertriebsrisiko trägt.
- Gleichzeitig soll nicht in Frage gestellt werden, dass Hersteller unter engen Voraussetzungen innerhalb von selektiven Vertriebssystemen erfüllbare und produktbezogene Anforderungen an den Vertrieb stellen dürfen, soweit diese Vorgaben die Nutzung einzelner Vertriebswege nicht de facto und pauschal im Voraus ausschließen. Es ist klarzustellen, dass weder das Image noch das Prestige einer Ware produktbezogene

Vertikale und horizontale Wettbewerbsfragen



Eigenschaften darstellen, die ein selektives Vertriebssystem rechtfertigen könnten, weil sonst die Zulässigkeit solcher Systeme nicht mehr objektiv zu überprüfen ist.

- Es ist auch klarzustellen, dass pauschale Plattformverbote (auch innerhalb eines selektiven Vertriebssystems) immer eine unzulässige Kundengruppenbeschränkung darstellen. Dies ist erforderlich, weil viele kleinere Händler den Zugang zum Kunden im Internet in der Praxis nur über Plattformen finden.
- Fixe Zuschüsse und Rabatte der Hersteller zur Förderung der Verkaufsanstrengungen des Handels können zu Fehlanreizen und Verzerrungen führen, weil damit die individuelle Kostenstruktur des einzelnen Handelsunternehmens nicht berücksichtigt wird. In Zukunft müssen daher auch variable umsatzbezogene Zuschüsse und Rabatte zur Förderung deckungsgleicher oder äquivalenter Verkaufsanstrengungen zulässig sein, sofern diese nicht generell zur Diskriminierung eines Vertriebskanals führen.
- Listungsgebühren und Werbekostenzuschüsse gewährleisten eine angemessene Risikoverteilung zwischen Handel und Industrie, sorgen im Interesse der Verbraucher für ein breites Angebot im Einzelhandel und ermöglichen Herstellern aus dem KMU-Bereich einen effizienteren Zugang zum Verbraucher. Diese Effizienzvorteile sollten in den Leitlinien stärker als bisher herausgearbeitet werden.
- Wegen der besonderen, aus der Digitalisierung des Wirtschaftslebens folgenden Herausforderungen sollten für Verbundgruppen Möglichkeiten geschaffen werden, Preise für den Verkauf über einen einheitlichen Online-Shop auch dauerhaft zu koordinieren.