

## Barkeeper's Selection ALKOHOLFREI!

Newsletter







HANDEL

INDUSTRIE

PRODUKTE

DIENSTLEISTER & LOGISTIK

E-Paper

Abo

Podcast

Mein Account



Top-Themen Coronavirus CASH Handelsforum

Start-ups

Events

Krieg in der Ukraine

Mediadaten

Dossiers

KÖPFE

CASH+

Q

Home > Handel

Gastbeitrag/Philippe Kiehl

### Neue Regelungen für den Online-Vertrieb Von Gastbeitrag

Freitag, 08. Juli 2022

Anzeige

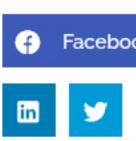
im September?

Was machen Sie

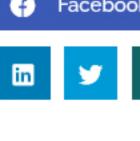


Facebook









MEIST GELESEN



RegioData Online-Handel nach dem Boom

Trumer Privatbrauerei Von Red Bull über Joseph Brot

Jomo Kuchenhersteller mit neuem Geschäftsführer

zur Trumer Privatbrauerei



CASH die wichtigsten Neuerungen und Klarstellungen zusammen. Am 1. Juni 2022 ist die neue vertikale Gruppenfreistellungsverordnung (EU) Nr. 2022/720 in Kraft getreten. Die Vertikal-GVO und die dazu ergangenen

Vertrieb. Philippe Kiehl, Partner bei Schindler Attorneys, fasst für

Leitlinien beschreiben, welche Beschränkungen Unternehmen beim Vertrieb ihrer Waren und Dienstleistungen im EWR ihren Vertriebsmittlern (Importeuren, Händlern etc.) auferlegen können. Neben allgemeinen Regelungen wie etwa Preis- und Gebietsschutzbestimmungen enthält die Vertikal-GVO wichtige Klarstellungen für den Internetvertrieb, die für die Plattformwirtschaft, die Start-up Industrie und für die Internetaktivitäten von Handelsunternehmen von wesentlicher Bedeutung sind. Als vor über 10 Jahren die jetzt abgelöste Vertikal-GVO in Kraft trat, galt das

physisches Ladengeschäft zu betreiben. Zudem durften sie ihren Vertriebsmittlern umsatzunabhängige Zuschüsse gewähren, um die mit dem Betrieb von Ladengeschäften einhergehenden Kosten abzufedern. Dies zog im Online-Bereich vermehrt sogenannte "Trittbrettfahrer" an, die davon profitierten, dass sich Kunden in den teuren physischen Verkaufsstandorten eines Unternehmens beraten ließen, die Waren dann aber über einen Online-Händler bezogen, der bessere Konditionen anbieten konnte.

Prinzip, dass der Online-Vertrieb nicht beschränkt werden darf. Unternehmen

durften ihre Vertriebsmittler lediglich dazu verpflichten, zumindest ein

des Unternehmens zu schützen."

Der Grundsatz des freien Internetvertriebs gilt zwar immer noch, wurde in den

letzten Jahren durch die Rechtsprechung auf EU- und nationaler Ebene aber

mehr und mehr aufgeweicht, was die neue Vertikal-GVO entsprechend

"Ein Verbot von Online-Marktplätzen

kann gerechtfertigt sein, um die Marke

abbildet. Sofern das Unternehmen einerseits und sein Händler beziehungsweise sonstiger Vertriebsmittler andererseits Marktanteile von jeweils nicht mehr als 30 Prozent haben – was gewissenhaft geprüft werden muss – können gemäß der Vertikal-GVO unter anderem die folgenden Beschränkungen des Internetvertriebs zulässig sein: Verpflichtung zu Offline-Mindestumsatz

Auch nach der neuen Vertikal-GVO wäre es eine unzulässige Beschränkung

des Internetvertriebs, wenn ein Unternehmen seinen Händler verpflichten

würde, nicht mehr als einen bestimmten Umsatz mit Online-Verkäufen zu

#### erzielen. Es kann umgekehrt aber zulässig sein, den Händler zu verpflichten, einen bestimmten Mindestumsatz offline zu erzielen. Der Händler wird durch

letztere Verpflichtung nämlich nicht daran gehindert, auch seinen Online-Umsatz weiter zu erhöhen. Doppelpreissysteme Um die erhöhten Kosten des Offline-Vertriebs eines Händlers abzugelten, ist das Unternehmen nicht nur (wie bisher) berechtigt, dem Händler einen umsatzunabhängigen Zuschuss zu gewähren, sondern es kann auch

unterschiedliche Preise verrechnen, je nachdem, ob der Händler die Produkte

offline oder online weiterverkauft. Bis zum Inkrafttreten der neuen Vertikal-

GVO wurden solche Doppelpreissysteme von der Rechtsprechung meist als

#### Manche Händler argumentierten in der Vergangenheit, dass es einem Verbot des Internetvertriebs gleichkomme, wenn es ihnen untersagt würde, die vom Unternehmen bezogenen Waren auch über Online-Marktplätze (z. B. Amazon

Online-Marktplätzen aber gerechtfertigt sein, um die Marke des

Verbot der Nutzung von Online-Marktplätzen

Unternehmens zu schützen. Ein Totalverbot der Nutzung von Preisvergleichsportalen ist aber weiterhin unzulässig. AD PERSONAM Dr. Philippe Kiehl ist Partner bei Schindler Attorneys und auf Kartell- und Vertriebsrecht, Investitionskontrolle und Compliance spezialisiert. In diesen Bereichen berät er laufend Industrie- und Handelsunternehmen sowie Start-ups verschiedenster Branchen und vertritt sie vor Gerichten und Behörden.

Marketplace) oder Preisvergleichsportale zu vertreiben. Im Einklang mit der

Rechtsprechung des EuGH kann gemäß der Vertikal-GVO ein Verbot von

## Paritätsverpflichtungen

Produktpräsentation

unzulässig qualifiziert.

Hotelbuchungsportal) einen Nutzer (Hotel) dazu verpflichten, auf seiner eigenen Website keinen günstigeren Preis oder sonstige Konditionen anzubieten, als auf der Plattform des Vermittlungsdienstes ("enge" Paritätsverpflichtung). Hingegen wird eine "weite" Paritätsverpflichtung, die den Hotelbetreiber verpflichtet, den der Plattform angebotenen Bestpreis auch auf anderen Plattformen nicht zu unterbieten, nur im Einzelfall zulässig sein.

Nach der Vertikal-GVO darf ein Online-Vermittlungsdienst (z. B. ein

# Werbeverbote meist unzulässig

und an die Produktpräsentation im Webshop stellen.

Anforderungen an Qualität des Webshops und die

Es darf Vertriebsmittlern nicht untersagt werden, die Marke des Unternehmens, dessen Produkte sie vertreiben, online zu verwenden. Ein Unternehmen darf es aber untersagen, dass der Vertriebsmittler eine Domain mit der Marke des Unternehmens anmeldet.

Ein Unternehmen darf wie bisher auch Qualitätsanforderungen an Webshops

## Vermittlungsdiensten

Sonderregelung für Anbieter von Online-

DIENSTLEISTER & LOGISTIK

Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten (z. B. Hotelbuchungsplattformen) argumentierten bislang, dass sie bloße Vermittler seien und die sich aus der Vertikal-GVO ergebenden Verpflichtungen nur eingeschränkt auf sie anwendbar wären. Dieses Argument ist nicht mehr tauglich. Nach der Vertikal-GVO müssen Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten gegenüber den Unternehmen, mit denen sie zusammenarbeiten, dieselben Vertriebsregelungen einhalten wie andere Unternehmen gegenüber ihren Vertriebsmittlern.

Artikel drucken 🖨

HANDEL INDUSTRIE

Über uns

Kontakt

AGB

Cookie

Impressum

Datenschutz

Einstellungen

E-Paper

Sitemap Mediadaten

Newsletter

Köpfe Kooperationen Digital

PRODUKTE

Neue Läden Interviews Abo Podcast

Aktuelle Ausgabe als E-Paper

KÖPFE

CASH+



Folgen Sie uns:

3