

Aufsätze

Rechtsanwältin Dr. Daisy Walzel*

Bundeskartellamt veröffentlicht Hinweise zum Preisbindungsverbot

Die Kartellverfahren in der Lebensmittelbranche sind zu weiten Teilen abgeschlossen. Bekanntlich wurden nicht wenige Unternehmen mit Bußgeldern in Millionenhöhe belegt. Vor Kurzem hat das Bundeskartellamt (BKartA) nun offizielle Hinweise zum Preisbindungsverbot als Konsultationsdokument veröffentlicht.¹ Anhand von zahlreichen Beispielsfällen verdeutlicht die Behörde, wo aus ihrer Sicht im stationären Lebensmitteleinzelhandel die Grenze zwischen zulässiger Kommunikation und unzulässiger Preisabstimmung verläuft. Das Papier richtet sich ausdrücklich auch an Unternehmen kleiner und mittlerer Größe. Die hiermit bezweckte Erhöhung der Rechtssicherheit ist zu begrüßen. Es verdeutlicht aber auch die äußerst strenge Sichtweise der Bonner Behörde.

Interessierte Kreise konnten bis zum 10. März 2017 eine Stellungnahme zum Entwurf abgeben. Es bleibt abzuwarten, ob Einzelaspekte der Hinweise infolge des Konsultationsprozesses noch ergänzt oder abgeändert werden. Lieferanten und Händler sollten sich in jedem Fall zeitnah mit dem neuen Dokument vertraut machen.

I. Hintergrund

1. Das Vorsitzendenschreiben des BKartA

Bekanntlich verfolgt das BKartA bereits seit 2010 Kartellverstöße im Lebensmitteleinzelhandel (LEH), etwa bei Süßwaren, Tiernahrung, Kaffee, Wurst und Bier.² Das BKartA hatte an die von den Verfahren betroffenen Unternehmen zwar schon seinerzeit Verhaltenshinweise gerichtet.³ Dieses als Vorsitzendenschreiben, Handreichung oder Orientierungshilfe bezeichnete Dokument ist in der Praxis jedoch als teils zu restriktiv kritisiert worden und löste Unsicherheit über seinen Geltungsbereich aus.⁴ Insbesondere war für nicht betroffene Unternehmen (des LEH und außerhalb) offen, ob die im Vorsitzendenschreiben beschriebenen Verhaltenshinweise – trotz der ausdrücklichen Einschränkungen des BKartA⁵ – möglicherweise doch generell beachtet werden müssten. Die nunmehr veröffentlichten Hinweise lösen das Vorsitzendenschreiben ab⁶ und richten sich erstmals an die breite Öffentlichkeit. Sie orientieren sich an typischen Fallkonstellationen, die das BKartA anlässlich der LEH-Verfahren angetroffen hat.

2. Der Österreichische Standpunkt

Auch die österreichische Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) hat im Juli 2014 einen sogenannten Standpunkt zu

vertikalen Preisbindungen veröffentlicht.⁷ Dieser lehnt sich strukturell an das Vorsitzendenschreiben an; insbesondere findet sich hier – wie auch im Vorsitzendenschreiben – die Unterscheidung zwischen Verhaltensweisen, die „im Regelfall“ unzulässig sind und solchen, die „typischerweise in Zusammenhang mit vertikalen Preisbindungen auftreten bzw. als starke Indizien für das Vorliegen von Preisbindungen“ gelten.⁸ Der österreichische Standpunkt geht auf Verfahren im LEH, bei Dämmstoffen und im Elektronikhandel zurück.⁹

Anders als das Vorsitzendenschreiben des BKartA aus dem Jahre 2010 und als die nun im Entwurf veröffentlichten Hinweise, erläutert der Standpunkt die Sichtweise der BWB zu vertikalen Preisbindungen aber branchenübergreifend. Auch ist er nicht auf den stationären Vertrieb beschränkt.¹⁰

3. Die Vertikal-Leitlinien der Europäischen Kommission

Kurz nach Versendung des Vorsitzendenschreibens durch das BKartA hat die Europäische Kommission zudem im Mai 2010 ihre Vertikal-Leitlinien¹¹ veröffentlicht. Auch diese setzen sich mit dem Preisbindungsverbot auseinander. Konkret erläutert die Kommission hier die in Art. 4 lit. a) Vertikal-GVO¹² geregelte Kernbeschränkung, wonach Vereinbarungen oder abgestimmte Verhaltensweisen, die unmittelbar oder mittelbar die Festsetzung von Fest- oder Mindestweiterverkaufspreisen zum Gegenstand haben, unzulässig sind.¹³ Auch sie verfolgt einen branchenübergreifenden Ansatz.¹⁴

7 Der Standpunkt ist auf der Internetseite der BWB veröffentlicht, siehe: <http://www.bwb.gv.at/Documents/BWB-Leitfaden%20-%20Standpunkt%20zu%20vertikalen%20Preisbindungen.pdf> (im Folgenden „Standpunkt“); ausführlich hierzu *Huber/Rainer*, ZVertriebsR 2015, S. 151 ff.

8 Siehe einerseits Seite 11 bis 13 des Standpunkts und andererseits Ziffer III.1. bis 3. des Vorsitzendenschreibens.

9 Das Österreichische Kartellgericht hat bspw. am 26. März 2013 eine Geldbuße in der Höhe von 2,9 Millionen Euro gegen Philips Austria, Wien (29 Kt 26/13-6), wegen vertikaler Preisabsprachen mit dem Handel verhängt (BWB/K-285, Elektronikbranche); siehe auch WBW/K-237 Dämmstoffe (Geldbußen von insgesamt 1,045 Millionen Euro) und WBW/K-311 Milch- und Molkereiprodukte (Geldbußen von 1,125 Millionen Euro). Der Standpunkt ist ähnlich gegliedert wie die nun veröffentlichten Hinweise: Beide Dokumente beginnen mit einer Einleitung und einer Darstellung der ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen. Im Anschluss folgt eine Auseinandersetzung mit verschiedenen konkreten Fallkonstellationen, wobei die neuen Hinweise des BKartA vor allem in diesem Punkt deutlich detaillierter sind.

10 Standpunkt, S. 3., S. 10.

11 Leitlinien für vertikale Beschränkungen, ABl. EU Nr. C 130, S. 1 ff. vom 19. Mai 2010 (im Folgenden „Vertikal-Leitlinien“).

12 Verordnung Nr. 330/2010 der Kommission vom 20. April 2010 über die Anwendung von Artikel 101 Absatz 3 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen, ABl. Nr. L 102, S. 1 ff. vom 23. April 2010 („Vertikal-GVO“).

13 Vertikal-Leitlinien, Rz. 48.

14 Wie das BKartA macht auch die Kommission in den Vertikal-Leitlinien insbesondere auf indirekte Wege der Durchsetzung einer unzulässigen vertikalen Preisbindung aufmerksam. Die Mehrzahl der von ihr genannten Verhaltensweisen werden auch in den (deutlich ausführlicheren) Hinweisen des BKartA thematisiert, etwa Vereinbarungen über maximal zulässige Abweichungen von einem vorgegebenen Preisniveau oder die Kopplung an das Preisniveau des Wettbewerbs. Sie bezieht auch (an sich) einseitige Maßnahmen in den Verbotstatbestand ein, wie Drohungen, Strafen oder Verzögerungen von Lieferungen und Ver-

* Frau Dr. Walzel ist Rechtsanwältin und Partnerin bei der DWF Germany Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Köln. Sie ist auf Kartellrecht spezialisiert.

1 Das Papier ist auf der Internetseite des BKartA veröffentlicht, siehe: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2017/25_01_2017_vertikale%20Hinweise.html (im Folgenden: „Hinweise“).

2 Siehe Az. B10-20/15 vom 09. Mai 2016 (Bier); Az. B10-50/14 vom 18. Januar 2016 (Röstkaffee); Az. B10-40/14 vom 16. Juni 2015 und Az. B10-41/14 vom 19. Dezember 2014 (Süßwaren).

3 Schreiben des BKartA vom 13. April 2010, abgedr. in WuW 2010, S. 786 ff., im Folgenden „Vorsitzendenschreiben“.

4 Siehe zum Hintergrund etwa *Martinek*, ZVertriebsR, 2013, S. 3 ff., S. 7 f.; *Schultze/Pautke/Wagener*, Vertikal-GVO, 3. Auflage, Rn. 567 ff.; *Möschel*, WuW 2010, S. 1229 ff., S. 1233 f.

5 Vorsitzendenschreiben, WuW 2010, S. 786 ff., S. 787.

6 Hinweise, Rz. 2.

4. Soft Law als Notanker

Die nun veröffentlichten Hinweise des BKartA reihen sich damit in ein Geflecht behördlicher Verlautbarungen ein, denen zwar nicht die Wirkung eines Gesetzes zukommt, die für die Auslegung des Preisbindungsverbots in der Praxis aber von zentraler Bedeutung geworden sind. Solche Verlautbarungen sind für das Kartell- und Wettbewerbsrecht insgesamt typisch.¹⁵

Das Bedürfnis nach solchen Verlautbarungen in der Praxis verdeutlicht letztlich das Grunddilemma des Kartellverbots, welches auf wenig bestimmten Vorschriften (Art. 101 Abs. 1, Abs. 3 AEUV, §§ 1, 2 GWB) fußt,¹⁶ gleichzeitig aber im Verstoßensfalle mit drastischen Sanktionen aufwartet (bis zu 10 % des Gruppenumsatzes, § 81 Abs. 4 Satz 2 – 4, Art. 23 Abs. 2 VO 1/2003). Die Problematik betrifft nicht nur den Rechtfertigungstatbestand (Art. 101 Abs. 3 AEUV, § 2 GWB) seit Einführung des Systems der Legalausnahme,¹⁷ sondern ist auch schon im Verbotstatbestand (Art. 101 Abs. 1 AEUV, § 1 GWB) angelegt.¹⁸

Unternehmen müssen die Rechtmäßigkeit ihres Verhaltens selbst einschätzen. Sie können ihre Vertriebspraxis nicht über eine behördliche Genehmigung freizeichnen lassen. Die gesetzlichen Vorgaben sind jedoch denkbar dünn und für den juristischen Laien kaum handhabbar: Klar ist, dass Vereinbarungen oder Abstimmungen über Wiederverkaufspreise verboten sind, Art. 101 Abs. 1 AEUV, Art. 4 lit.a) Vertikal-GVO, § 1 GWB. In Deutschland ist zudem auch die nur einseitige Druckausübung untersagt, § 21 Abs. 2 GWB. Anbieter dürfen aber Höchstverkaufspreise festsetzen oder Preisempfehlungen aussprechen, sofern sich diese nicht wie Fest- oder Mindestverkaufspreise auswirken, Art. 4 lit.a) Vertikal-GVO. Was heißt dies aber ganz konkret für die vielgestaltigen Vertriebssituationen, in denen es selbstverständlich direkt oder indirekt auch – „irgendwie“ – um die Wiederverkaufspreise geht? Genau in diesem Punkt will das Papier Klarheit schaffen.

Auch wenn man über die Rechtsqualität der Hinweise und vergleichbarer Verlautbarungen trefflich streiten mag, geht von ihnen unbestritten ein erheblicher faktischer Einfluss

(*persuasive authority*)¹⁹ aus.²⁰ Die betroffenen Kreise werden sich an den dort niedergelegten Grundsätzen orientieren. Freilich werden die betreffenden Behörden (hier also das BKartA) in ihrer Rechtsverfolgungspraxis nicht „ohne Not“ von den selbst veröffentlichten Maßstäben abweichen, sei es aus Gründen der Selbstbindung²¹ oder schlicht aus dem politischen Grund, sich nicht der Kritik widersprüchlicher Äußerungen oder Praxis aussetzen zu wollen. Es erscheint daher nahezu ausgeschlossen, dass eine Behörde ein in einem solchen Papier als erlaubt gekennzeichnetes Verhalten später zum Gegenstand eines Bußgeldverfahrens macht.²² Umgekehrt wird sich von Unternehmensseite im Verstoßensfalle hinsichtlich der beschriebenen Fallbeispiele nur schwerlich noch ein schuldbefreiender Verbotsirrtum argumentieren lassen.²³ Für Gerichte sind die neuen Hinweise des BKartA (und auch die Verlautbarungen der Kommission) freilich nicht im engeren Sinne bindend. Eine solche Wirkung wird auch nicht behauptet.²⁴ Die Gerichte ziehen die einschlägigen Verlautbarungen jedoch teilweise als Interpretationshilfe heran.²⁵

II. Was sagt das BKartA konkret?

Das Dokument ist in vier Abschnitte gegliedert, eine Einleitung (A.), einen Abschnitt zu den rechtlichen und ökonomischen Hintergründen (B.), einen Abschnitt zur kartellrechtlichen Beurteilung in der Praxis (C.) und einen Abschnitt zu Fallpriorisierung und Ermessen (D.).

Da für die Praxis vor allem die vom BKartA erörterten Fallbeispiele von Interesse sind, gehen wir nachfolgend nur kurz auf die Abschnitte A und B ein.

1. Zum rechtlichen und ökonomischen Hintergrund

In rechtlicher Hinsicht thematisiert das BKartA zunächst die Unterscheidung zwischen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen sowie der nur in Deutschland verbotenen versuchten Preisbindung.

In Übereinstimmung mit der bisherigen Fallpraxis²⁶ und Rechtsprechung²⁷ betont das BKartA, dass Verstöße gegen

tragskündigungen bei Nichteinhaltung eines bestimmten Preisniveaus. Ebenfalls angesprochen werden Preisüberwachungs- oder Meldesysteme sowie Maßnahmen, die dem Abnehmer weniger Anreiz zur Senkung der Weiterverkaufspreise geben, etwa herstellereitige UVP-Aufdrucke oder Meistbegünstigungsklauseln. Die gleichen indirekt unterstützenden Maßnahmen könnten nach Meinung der Kommission so angewandt werden, dass auch die Vorgabe von (an sich zulässigen) Preisobergrenzen oder das Aussprechen von Preisempfehlungen auf eine vertikale Preisbindung hinausläuft.

- 15 Siehe exemplarisch Leitlinien zur Anwendbarkeit von Artikel 101 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Vereinbarungen über horizontale Zusammenarbeit, ABl. EU Nr. C 11, S. 1 ff. vom 14. Januar 2011 (Horizontal-Leitlinien); Bekanntmachung über Vereinbarungen von geringer Bedeutung, die im Sinne des Artikels 101 Abs. 1 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union den Wettbewerb nicht spürbar beschränken (De-minimis-Bekanntmachung), ABl. EU Nr. C 291, S. 1 ff. vom 30. August 2014; Bekanntmachung der Kommission vom 18. Dezember 1978 über die Beurteilung von Zulieferverträgen nach Artikel 85 Abs. 1 des Vertrages zur Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, ABl. EU Nr. C 1, S. 2 ff. vom 03. Januar 1979.
- 16 Siehe etwa Möschel, WuW, 2010, S. 1229 ff., S. 1232 – „unbestimmte Rechtsbegriffe des Wettbewerbsrechts“; Fuchs, ZWeR 2005, S. 1 ff., S. 19: „[Die] Verwendung generalklauselartiger Rechtsbegriffe, deren Konkretisierung im Einzelfall eine Abwägung widerstreitender Interessen und komplexer ökonomischer Bewertungen unter Berücksichtigung der auf die Freiheit des Wettbewerbs bzw. die Erhaltung des Systems unverfälschten Wettbewerbs gerichteten Normzweck voraussetzt, ... [ist]... gerade ein Kennzeichen von modernen Normen gegen Wettbewerbsbeschränkungen innerhalb und außerhalb von Europa“.
- 17 Vgl. Martinek, ZVertriebsR, 2013, S. 3 ff., S. 7 f.; siehe hierzu auch Emmerich, WRP 2002, S. 858 ff., S. 862; Pace, EuZW 2004, S. 301 ff., S. 302 f.
- 18 Vgl. Deselaers/Obst, EWS 2000, S. 41 ff., S. 43.

19 Ellger, in: Immenga/Mestmäcker, EU-WettbewerbsR, 5. Aufl. 2012, AEUV Art. 101 Abs. 3, Rn. 74 f.

20 Ausführlich hierzu etwa Walzel, Ungeregelte Vollzugsinstrumente der EU Kommission, Univ. Diss. Köln 2008; Pohlmann, WuW 2005, S. 1005 ff., S. 1008; siehe aus jüngerer Zeit auch von Graevenitz, EuZW 2013, S. 169 ff.; Knauff, EuR 2011, S. 735 ff.; Grave/Nyberg, Loewenheim/Meessen/Riesenkampff u.a., Kartellrecht, 3. Auflage 2016, Art. 101 AEUV, Rn. 34 ff.; Fuchs/Möschel, in: Immenga/Mestmäcker, EU-Wettbewerbsrecht, 5. Auflage, 2012, Art. 102 AEUV, Rn. 16 ff.; ebenso Zimmer, in: Immenga/Mestmäcker, EU-Wettbewerbsrecht, 5. Auflage, 2012, Art. 101 Abs. 1 AEUV, Rn. 211.

21 So etwa (jeweils in Bezug auf die Mitteilungen der Europäischen Kommission) Grave/Nyberg, Loewenheim/Meessen/Riesenkampff u.a., Kartellrecht, 3. Auflage 2016, Art. 101 AEUV, Rn. 35 f.; Körber, WuW 2014, S. 250 ff., S. 251; Pohlmann, WuW 2005, S. 1005 ff., S. 1005.

22 Walzel, a.a.O., S. 425 ff.

23 Siehe hierzu etwa die Feststellung von von Graevenitz, EuZW, S. 169 ff., S. 173: „Bei einer Überschreitung der Grenzen der Leitlinien dürfte in vielen Fällen allerdings die Darlegungslast, dass kein Rechtsverstoß vorliegt, für den Rechtsanwender faktisch deutlich größer werden. Auch dürfte das Risiko steigen, dass Gerichte oder Behörden der Rechtsansicht des Rechtsanwenders nicht folgen.“

24 Siehe nur Hinweise, Rz. 4; Vertikal-Leitlinien, Rz. 4; Standpunkt, Seite 3.

25 So etwa das KG, Urteil vom 02. Februar 2012 – 2 U 2/06 Kart, unter II. 2. bb) (1) (b). in Bezug auf das Vorsitzendenschreiben. Siehe exemplarisch auch OLG München, Urteil vom 01. August 2003, U (K) 5658/01 – Tankstelle Gemering und LG Frankfurt/Main, Urteil vom 15. November 2002, 3-11 O 87/02 – Autovermietungsagenturen, jeweils in Bezug auf die Bagatellbekanntmachung der Kommission.

26 Siehe etwa BKartA, Beschl. vom 25. September 2008, B3-123/08, Rz. 39 ff. – Kontaktlinsen; BKartA, Beschl. vom 25. April 2007, Az B7 – 42/06, unter E – Kleingeräte.

das Preisbindungsverbot als bezweckte Wettbewerbsbeschränkung einzuordnen sind. Dies bedeutet, dass sie grundsätzlich das Marktgeschehen spürbar verfälschen, selbst wenn die Beteiligten nur geringe Marktanteile haben.²⁸ Auf ein kürzlich ergangenes Urteil des OLG Celle geht das BKartA leider nicht ein. Dieses betraf die Zulässigkeit einer zeitlich begrenzten Sonderangebotskampagne beim Vertrieb des Diätmittels Almased, im Rahmen dessen sich die abnehmenden Apotheken verpflichteten, ein bestimmtes Preisniveau zu beachten. Das OLG Celle verneinte hier überraschend einen Verstoß gegen das Preisbindungsverbot aufgrund dessen fehlender Spürbarkeit.²⁹

Gleichzeitig hebt das BKartA hervor, dass Preisbindungen des Abnehmers ausnahmsweise gerechtfertigt sein können, Art. 101 Abs. 3 AEUV, § 2 Abs. 1 GWB. An dieser Stelle nimmt das BKartA auf die Vertikal-Leitlinien Bezug, wonach eine Preisbindung vor allem in drei Konstellationen zulässig sein kann: (i) Bei der Markteinführung neuer Produkte, (ii) bei kurzfristigen Sonderangebotskampagnen in Franchise- oder franchiseähnlichen Systemen und (iii) zur Vermeidung der Trittbrettfahrerproblematik bei beratungsintensiven Produkten.³⁰ Soweit ersichtlich, macht sich das BKartA damit erstmalig die in den Vertikal-Leitlinien genannten Ausnahmen explizit zu eigen. Dies dürfte vor allem für Sonderangebotskampagnen in Franchisesystemen relevant sein. Denn bislang konnten Lieferanten in einem solchen System nicht sicher davon ausgehen, dass das BKartA hier der Auffassung der Europäischen Kommission folgen würde.³¹ Hier stellt sich weiter die Frage, welche Systeme noch als „franchiseähnlich“ angesehen werden und damit von der Rechtfertigung profitieren können. Zu denken wäre etwa an andere Formen des Vertriebs unter einem „gemeinsamen Dach“, bspw. bei Warenhäusern oder in Shopping-Malls.

Auch erörtert das BKartA das Verbot der versuchten Preisbindung, § 21 Abs. 2 GWB. Es betont, dass der Adressat der Drohung bzw. des Vorteils kein Bußgeld befürchten muss, solange er auf den Vorschlag einer Preisbindung nicht eingeht. Würde sich der Adressat der Einflussnahme jedoch beugen und die gewünschte Vereinbarung schließen oder sein Verhalten abstimmen, verstieße er gemeinsam mit dem Unternehmen, welches die Drohung ausgesprochen bzw. den Vorteil versprochen oder gewährt hat, gegen das deutsche bzw. europäische Kartellverbot.³²

2. Zu einzelnen Fallkonstellationen

a) Fest- und Mindestpreise³³

Vereinbarungen über Fest- oder Mindestpreise sind nach dem BKartA (freilich) unzulässig. Die autonome Preissetzung der Händler und der Preiswettbewerb unter ihnen (Intrabrand-Wettbewerb) soll geschützt werden.

Ein Verstoß liegt nach Auffassung des BKartA hier schon dann vor, wenn der Händler dem Hersteller die Befugnis erteilt, selbst die Ladenverkaufspreise (LVP) des Händlers festzusetzen. Hier gibt es (mindestens) zwei praktische Aspekte, auf die die Hinweise leider nicht eingehen. Erstens ist

es in der Praxis nicht unüblich, dass Preise (auch UVP) auf elektronischem Wege in die Warenwirtschaftssysteme der Abnehmer übertragen werden. Diese Daten sind wiederum in der Regel Grundlage der – in nicht wenigen Fällen – unveränderlichen Preisauszeichnung im Ladenlokal. Dieser Mechanismus allein dürfte für eine unzulässige Preisabstimmung aber freilich unzureichend sein, da keine Rückbestätigung an den Lieferanten erfolgt und der Abnehmer (selbstverständlich) die Freiheit behält, von den übermittelten Daten abzuweichen.³⁴ Eine entsprechende Klarstellung in der finalen Fassung der Hinweise wäre jedoch wünschenswert. Zweitens kommt es gelegentlich zu Preisauszeichnungen durch Lieferanten, bspw. durch Aufdruck der UVP. Auf diese Sachverhaltsvariante gehen die Hinweise – anders als noch das Vorsitzendenschreiben³⁵ und die Vertikal-Leitlinien³⁶ – insgesamt nicht ein. Auch hier wäre angelehnt an den österreichischen Standpunkt³⁷ eine Klarstellung hilfreich, wonach bspw. Preisauszeichnungen, die auf „Geheiß“ des Abnehmers erfolgen, im Zweifel zulässig sind.

Ferner konkretisiert das BKartA hier Vereinbarungen mit aus seiner Sicht unzulässigen Inhalten: „Der Regalpreis beträgt 1,89 €, der Aktionspreis mindestens 1,69 €.“, „Der LVP wird durch den n/n-Einkaufspreis zusätzlich einer Spanne von 25 % gebildet.“ oder „Der LVP darf die LVP des Händlers X nicht unterschreiten.“ Sofern Hersteller ferner über Druck (etwa die Androhung einer Nichtbelieferung) oder Anreize (etwa einen Preispflegerabatt) auf die LVP Einfluss nehmen, sollen sich Händler hiergegen zur Wehr setzen, nötigenfalls durch Einschaltung der Kartellbehörden. Sollte dies aufgrund der Marktverhältnisse im konkreten Fall nicht möglich sein, empfiehlt das BKartA, die Drohungen zu dokumentieren, um in einem etwaigen Kartellverfahren beweisen zu können, dass die Initiative zur Preisbindung nicht vom Abnehmer ausgegangen ist.

b) Zu Unverbindlichen Preisempfehlungen³⁸

Das BKartA setzt sich hier in abgestufter Form mit diversen, praxisnahen Fallvarianten auseinander, die rund um das Thema unverbindliche Preisempfehlungen (UVP) regelmäßig auftauchen. Zwar dürften die Hinweise in diesem Punkt deutlich mehr Klarheit schaffen als das Vorsitzendenschreiben aus 2010; aus Praktikersicht zeigt sich hier jedoch erneut, wie subtil die Unterscheidung zwischen verbotenem Verhalten und erlaubter Kommunikation im Einzelnen sein kann. Ihren Ausgangspunkt hat diese strenge Sichtweise bekanntlich in der umstrittenen Kontaktlininsenentscheidung aus dem Jahr 2009.³⁹ Die teils raue vertriebliche Realität vieler Unternehmen dürfte dies vor Herausforderungen stellen.

Das BKartA betont hier zunächst, dass Hersteller (selbstverständlich) UVP aussprechen und erläutern dürfen.⁴⁰ Al-

27 EuGH, Urteil vom 13. Dezember 2012, Rs. C-226/11, Rn. 37 – *Expedia*; siehe zu der Thematik auch *Imgrund*, BB 2012, S. 787 ff., S. 789.

28 Hinweise, Rz. 16.

29 OLG Celle, Urteil vom 07. April 2016 – 13 U 124/15 (Kart), Rabattaktion, u.a. abgedr. in ZVertriebsR 2016, S. 326 ff. = WuW 2016, S. 307 ff.; dazu etwa *Chashmahcharagh*, GWR 2016, S. 344.

30 Hinweise, Rz. 19.

31 Siehe die diesbezügliche Kritik von *Möschel*, WuW, 2010, S. 1229 ff., S. 1234.

32 Hinweise, Rz. 20 ff.

33 Hinweise, Rz. 46-51.

34 Vgl. dazu Rz. 58, Rz. 80 und 98 der Hinweise.

35 Siehe Ziffer. III. 3.e) und f) des Vorsitzendenschreibens, WuW 2010, S. 786 ff., S. 790.

36 Vertikal-Leitlinien, Rz. 48.

37 Siehe dazu Rz. 17 (Seite 14) des Standpunkts. Hier heißt es: „In manchen Situationen beauftragt ein Händler den Lieferanten, Ware vorab mit Preisen auszuzeichnen. Das betrifft insbesondere nicht egalisierte Artikel (z.B. Käse mit einem Kilogrammpreis) oder saisonale Produkte. Bei vorab ausgezeichneten Waren ist zu beachten, dass der abgedruckte VKP [Verkaufspreis] vom Handelsunternehmen eigenständig kalkuliert wird und dem Lieferanten nur zur Auszeichnung mitgeteilt wird.“

38 Hinweise, Rz. 52-68.

39 BKartA, Beschluss vom 25. September 2009 – B 3-123/08, – Kontaktlininsen, u.a. abgedr. in WuW 2010, S. 91 ff., siehe insb. Rz. 39 ff. bezüglich Preispflege; dazu etwa *Möschel*, WuW 2010, S. 1229 ff.; *Wrage-Molkenthin*, MPR 2010, 151 f.; *Btschke/Boger*, NZG 2009, 1382 ff.

40 Siehe nur Artikel 4 lit. a) Vertikal-GVO.

lerdings hätten die LEH-Verfahren gezeigt, dass UVP auch „als Vehikel für eine Preisbindung“ genutzt werden. Die Grenze zum Kartellrechtsverstoß kann nach dem BKartA (schon) dann erreicht sein, wenn der Händler dem Hersteller gegenüber ankündigt, der UVP zu folgen. Ein Verstoß liege zudem vor, wenn (i) ein Hersteller von seinen Händlern verlange, dass diese bei einer LVP-Erhöhung „mitziehen“ und darauf eingehen, (ii) der Hersteller bei Unterschreitung des UVP-Niveaus durch den Händler mit Nichtbelieferung droht und der Händler diesem Ansinnen nachkommt, (iii) Händler sich beim Hersteller über die Preisstellungen anderer Händler beschweren und diesen zur Mitteilung auffordern, was dieser „zu tun gedenke“ oder (iv) wenn ein Hersteller durchblicken lässt, dass die wesentlichen Wettbewerber eines Händlers einer LVP-Erhöhung nachkommen werden und der Händler daraufhin erklärt, sich „der Marktentwicklung“ anpassen zu wollen.

c) Zu Mengenmanagement und Aktionsplanungen⁴¹

Auch beim Thema Mengenmanagement und Aktionsplanungen setzt sich das BKartA mit praxisrelevanten Fallgestaltungen auseinander: Das Amt führt zunächst aus, dass Hersteller und Handelsunternehmen ein (legitimes) Interesse an einer sachgerechten Produktionsplanung haben können, um Lieferengpässe zu vermeiden.

Vor diesem Hintergrund hält das BKartA bspw. die Festlegung von Aktionszeiträumen in Jahresgesprächen für zulässig, und zwar auch dann, wenn der Hersteller dabei die Aktionszeiträume anderer Händler im Blick hat und dafür Sorge trägt, dass nicht sämtliche Händler gleichzeitig Aktionen mit den gleichen Produkten durchführen. Freilich muss der Händler aber die Möglichkeit behalten, unabhängig davon weitere Aktionen durchzuführen. Bedenken hat das BKartA jedoch generell dann, wenn es zu einer Nennung von Aktions-LVP kommt. Wörtlich sagt das Amt diesbezüglich: *„Hier kann im Einzelfall die Abgrenzung zwischen der – grundsätzlich erlaubten – bloßen Information seitens des Händlers über einen von ihm autonom geplanten Preis und der – als vertikale Preisabsprache grundsätzlich nach deutschem und europäischem Recht verbotenen – Zusage eines bestimmten Verkaufspreises Probleme aufwerfen.“* Daher empfiehlt das BKartA Händlern, davon abzusehen, dem Hersteller vorab den geplanten Aktionspreis zu nennen. Könnte dies nicht vermieden werden, rät das Amt, die empfohlenen Ordermengen wenigstens für mehrere alternative LVP abzufragen, um dem Anschein entgegenzuwirken, ein bestimmter Aktionspreis werde zugesagt. Umgekehrt sollten Hersteller die Händler nicht zur Vorab-Information über Aktionspreise verpflichten.

Eine denkbare Ausnahme sieht das BKartA hier lediglich für Franchise- und ähnliche Vertriebssysteme. Auch hier bezieht sich das BKartA ausdrücklich auf die diesbezügliche Passage in den Vertikal-Leitlinien.⁴²

d) Zu Spannengarantien und Nachverhandlungen⁴³

Mit Spannengarantien weichen Hersteller und Händler von der üblichen Risikoverteilung ab, wonach der Händler die LVP setzt, aber auch die Folgen dieser Entscheidung zu tragen hat. Hierin sieht das BKartA (vorbehaltlich etwaiger Konstellationen des Marktmissbrauchs) noch keinen Kartellverstoß, sondern zunächst ein im freien Spiel der Kräfte zustande gekommenes Verhandlungsergebnis.

Spannengarantien können aus Sicht des BKartA jedoch unter zwei Gesichtspunkten zu einem Kartellverstoß führen: Zum einen könne die Abgabe einer Spannengarantie des Herstellers ggf. als Zusicherung dafür gewertet werden, dass der übrige Handel bei der Preissetzung gemäß der UVP „mitzieht“. Anderenfalls würde sich der Hersteller kaum auf die Abgabe einer solchen Garantie einlassen. Zum anderen könnten solche Ausgleichsforderungen des Handels auch als Druckausübung auf den Hersteller gewertet werden, um diesen verbotenerweise zu Preisbindungen bei anderen Händlern zu veranlassen.

Das BKartA bildet auch hier verschiedene Fallbeispiele, die zeigen, wie eng aus Sicht der Behörde die gesetzlichen Vorgaben sind. Insbesondere sieht das BKartA schon dann einen Verstoß gegen das Kartellverbot als gegeben an, wenn ein Hersteller eine Spannengarantie für den Fall gibt, dass ein bestimmter LVP „nicht realisierbar“ sein sollte. Hierin liege eine verbotene Anreizgewährung. Gehe der Händler hierauf ein, wäre dies als unzulässige Vereinbarung zu werten. Dies bedeutet im Ergebnis, dass Spannengarantien, die im Kontext einer bestimmten UVP oder eines LVP verhandelt werden, erhebliche kartellrechtliche Risiken bergen. Vorsorglich sollte hierauf wohl in Gänze verzichtet werden. Gerade im Falle von angestrebten Produktneueinführungen scheint dies jedoch übermäßig streng (auch außerhalb von Franchisesystemen).

Nachträgliche Forderungen des Handels nach einer wirtschaftlichen Kompensation sieht das BKartA dagegen in der Regel als weniger kritisch an.

e) Zur Nichtaufnahme und dem Abbruch von Geschäftsbeziehungen⁴⁴

In erfreulicher Klarheit betont das BKartA, dass einen Hersteller im Ausgangspunkt keine Belieferungspflicht trifft, sofern der Hersteller kein marktbeherrschendes oder marktstarkes Unternehmen ist (§§ 19, 20 GWB). Entsprechend dürfe ein Hersteller auch die Bitte eines Händlers um Belieferung ablehnen, und zwar unabhängig davon, welche Zielsetzungen der Hersteller damit verfolgt. Insbesondere dürfe ein Hersteller die Belieferung auch dann verweigern, wenn die zu erwartenden LVP von den Vorstellungen des Herstellers über die Produktplatzierung abweichen.

Das BKartA schränkt diese Aussage jedoch erheblich ein: Wird nämlich letztlich aus dem Zusammenhang deutlich, dass die Nichtbelieferung oder der Abbruch einer Lieferbeziehung mit der unerwünschten Preisgestaltung des Händlers zusammenhängen, sei dies als unzulässige Druckausübung durch den Hersteller zu werten. Würde ferner nach einer (derartigen) Weigerung des Herstellers zur Aufnahme oder Fortsetzung einer Lieferbeziehung der Liefervertrag fortgesetzt oder die Belieferung erstmals aufgenommen, und verwendet der Händler nunmehr die empfohlenen LVP, so liege es nahe, hierin eine verbotene Vereinbarung darüber zu sehen, dass der Händler die UVP einhalten wird. Auch hier wird deutlich, dass bereits subtile Hinweise des Herstellers auf seine Unzufriedenheit mit den LVP des Händlers aus Sicht der Behörde ausreichen können, um einen Kartellverstoß auf Seiten des Herstellers zu begründen. Lediglich längere Zeiträume zwischen einer unter Umständen problematischen Kommunikation und der Beendigung einer Lieferbeziehung oder glaubhafte Bemühungen, die Zusammenarbeit auf eine kartellrechtskonforme Grundlage zu stellen, könnten hier Abhilfe schaffen.

⁴¹ Hinweise, Rz. 69-75.

⁴² Vertikal-Leitlinien, Rz. 225.

⁴³ Hinweise, Rz. 76-85.

⁴⁴ Hinweise, Rz. 86-94.

Dies dürfte in der Praxis zu einem – in Einzelfällen recht bizarr anmutenden – Zwang zur Heimlichkeit auf Seiten der Hersteller führen, der mit einer funktionierenden Kommunikation zwischen Herstellern und Abnehmern nur schwerlich vereinbar ist. Auch stellt sich die Frage, ab wann sich ein Abnehmer durch die Vertriebspolitik des Herstellers im Sinne von § 21 Abs. 2 GWB unter Druck gesetzt „fühlen darf“. Wie verhält es sich bspw., wenn sich im Markt herumspriecht, dass ein Hersteller regelmäßig Vertriebsbeziehungen zu preis-aggressiven Händlern beendet, der Hersteller aber in keinem einzigen Fall die Wiederverkaufspreise thematisiert hat? Eine individuelle Druckausübung im Sinne von § 21 Abs. 2 GWB liegt nach der hier vertretenen Auffassung dann nicht vor. Gleichwohl mag die Wirkung auf die Handelslandschaft nicht weniger gravierend sein.

f) Zum Datenaustausch zwischen Händlern und Herstellern⁴⁵

Erfreulicherweise befasst sich das BKartA auch mit Datenaustauschen zwischen Händlern und Herstellern. Zu diesem durchaus praxisrelevanten Thema haben sich die Wettbewerbsbehörden bislang kaum geäußert;⁴⁶ auch in der Literatur wird dieses Thema wenig behandelt.⁴⁷

Die Zurverfügungstellung von Absatzdaten durch Händler an Hersteller erachtet das BKartA zunächst als grundsätzlich zulässig. Datenlieferungen dürften jedoch (freilich) nicht zu einer Abstimmung oder Absprache des Preissetzungsverhaltens führen, weder zwischen den Händlern und dem Hersteller, noch zwischen den Händlern unter Vermittlung des Herstellers, noch zwischen den Herstellern unter Vermittlung des Händlers (hub & spoke). Diese Gefahr bestünde insbesondere beim Austausch zukunftsbezogener Daten, bspw. von Aktionspreisen (siehe oben).

Hinsichtlich Absatzdaten der Vergangenheit sei zu prüfen, ob diese unter Umständen Bestandteil eines Systems der Kontrolle der LVP des Händlers ist, mittels dessen die Einhaltung einer vertikalen Preisbindung überwacht wird. Hierfür sei die Aktualität der gelieferten Daten entscheidend. Für eine unzulässige Preisbindung müssten jedoch noch weitere Anhaltspunkte hinzukommen. Insbesondere in Fällen, in denen Daten mit einem zeitlichen Verzug (bspw. von 3 Monaten) übermittelt würden und zudem eine feste Vergütung seitens des Herstellers (unabhängig von den seitens des Händlers gewählten LVP) gezahlt würde, sei regelmäßig kein Kartellverstoß erkennbar.

Bei kurzfristigen Datenlieferungsintervallen würden hingegen rasche Reaktionen und Interventionen seitens des Herstellers ermöglicht. Im Zusammenspiel mit weiteren Faktoren (bspw. Nachfragen des Herstellers zu bestimmten LVP des Händlers und Umsetzung der vom Hersteller geforderten LVP durch den Händler) könne sodann ein Kartellverstoß vorliegen.

3. Zu Fallpriorisierung und Ermessen

Abschließend äußert sich das BKartA auch zu Fallpriorisierung und Ermessen. Das BKartA will eine Verfahrenseinstellung u.a. vom Ausmaß der von der maßgeblichen Preisbindung ausgehenden Wettbewerbsbeschränkung sowie von Anhaltspunkten für eine mögliche Effizienzrechtfertigung abhängig machen. Dabei sollen u.a. Markt-

strukturkriterien und produktbezogene Kriterien eine Rolle spielen. Einen besonderen Schwerpunkt will das BKartA auf Verstöße legen, die auf eine Koordination des Wettbewerbsverhaltens auf Händler – oder auf Herstellerebene abzielen oder diese erleichtern. Komplexe oder weniger eindeutige Sachverhalte sollen hingegen (wie auch bislang) im Verwaltungsverfahren behandelt werden.⁴⁸

Bemerkenswert ist ferner das Bekenntnis des BKartA zur Anwendbarkeit seines Bonusprogramms auf Verstöße gegen das Preisbindungsverbot.⁴⁹ Denn die Bonusregelung aus dem Jahre 2006 bezieht sich ausdrücklich nur auf Kartelle, d.h. gravierende *horizontale* Wettbewerbsbeschränkungen.⁵⁰ Dass das Amt kooperierenden Unternehmen aber durchaus auch in Vertikalfällen (über die Settlement-Regelung⁵¹ hinaus) entgegenkommen möchte, ist bereits durch entsprechende Hinweise in Pressemitteilungen deutlich geworden.⁵²

IV. Erstes Fazit und Ausblick

Zunächst ist festzuhalten, dass die neuen Hinweise im Ausgangspunkt sinnvolle Klarstellungen zu typischen Fallkonstellationen im stationären LEH geben. Aufgrund der verwendeten zahlreichen Beispiele dürften sie für die betroffenen Unternehmen strukturell auch besser handhabbar sein, als das Vorsitzendenschreiben aus dem Jahre 2010.

Freilich verdeutlichen die Hinweise aber auch, wie eng die kartellrechtlichen Vorgaben für die Kommunikation zwischen Lieferanten und Händlern aus Sicht des BKartA sind. Insbesondere zwingt die wirkungsorientierte Betrachtungsweise, wonach bestimmte Verhaltensweisen erst im Zusammenspiel mit weiteren Faktoren einen Kartellverstoß begründen können, die Beteiligten zu äußerster Zurückhaltung. Dieser (gesetzlich angelegte) Ansatz macht es in letzter Konsequenz so schwer, griffige, rechtssichere Aussagen zu treffen. Der kartellrechtlich sicherste Weg in Bezug auf LVP besteht daher wohl (weiterhin) u.a. darin, geplante oder aktuell verwendete LVP möglichst nicht zu thematisieren. Anderenfalls liegt stets der Verdacht einer informellen Abstimmung gemäß § 1 GWB, Art. 101 Abs. 1 AEUV nahe. Dessen sollten sich Unternehmen bewusst sein.

Einige durchaus relevante Fallkonstellationen werden von den Hinweisen bedauerlicherweise ausgespart, so etwa das Category Management,⁵³ Preisauszeichnungen durch den Hersteller oder Klarstellungen zu elektronischen Datenübermittlungen in das Warenwirtschaftssystem des Händlers. Ggf. wird hier noch im Rahmen des Konsultationsprozesses nachgebessert.

⁴⁸ Hinweise, Rz. 107.

⁴⁹ Hinweise, Rz. 110.

⁵⁰ Bekanntmachung Nummer 9/2006 über den Erlass und die Reduktion von Geldbußen in Kartellsachen vom 07. März 2006, Rz. 1 f. Siehe dazu *Völlmer*, in: Mü/Ko, Kartellrecht, Band 2, 2. Auflage, 2015, § 81 GWB, Rn. 153. In Österreich erfasst das Kronzeugenprogramm hingegen alle Arten von Vereinbarungen, siehe Handbuch der BWB zur Anwendung des § 11 Abs. 3 bis 6 WettbG (Kronzeugenregelung), Ziffer 6.

⁵¹ Siehe das Merkblatt, Das Settlement-Verfahren des Bundeskartellamts in Bußgeldsachen, Februar 2016.

⁵² Siehe etwa die PM des BKartA vom 18. Juni 2015 bezüglich vertikaler Preisbindung im Lebensmitteleinzelhandel. Dort heißt es: „Während des Verfahrens haben eine Reihe von Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen unterschiedlich früh und in unterschiedlicher Intensität kooperiert, was vom Bundeskartellamt durch Bußgelderlass oder -reduktion honoriert worden ist.“ Siehe auch die PM des BKartA vom 22. August 2014 zum Matratzenfall. Hier heißt es: „Bei der Bußgeldfestsetzung wurde berücksichtigt, dass die Recticel Schlafkomfort GmbH mit dem Bundeskartellamt kooperiert hat und eine einvernehmliche Verfahrensbeendigung erzielt werden konnte.“

⁵³ Category Management wird jedoch in den Vertikal-Leitlinien der Kommission erörtert, siehe Rz. 209 ff.

⁴⁵ Hinweise, Rz. 95-101.

⁴⁶ Im Vorsitzendenschreiben wird in erster Linie der Aspekt der Überwachung in den Vordergrund gerückt, dort Ziffer III. 3. b) aa) und bb).

⁴⁷ Siehe etwa *Wiemer*, WuW 2009, S. 750 ff.

1. Wirkung jenseits des LEH

Die Hinweise richten sich ausdrücklich nur an den stationären LEH.⁵⁴ Die Mehrzahl der dort geschilderten Ausgangssituationen sind jedoch auch für den Vertrieb anderer Produkte gang und gäbe. Man denke nur an typische Verbrauchs- und Konsumgüter wie Modeprodukte, Hobbyartikel, Sportgeräte etc. Auch hier werden (selbstverständlich) UVP verwendet, Aktionen vereinbart und in Einzelfällen auch Spannengarantien gegeben sowie bei Bedarf Absatzdaten ausgetauscht. Auch hier stellt sich ggf. die Frage, unter welchen Voraussetzungen sich ein Hersteller von einem allzu preis-aggressiven Händler lösen kann. Einzelne der beschriebenen Fallkonstellationen (bspw. die Verwendung von UVP oder Aktionsplanungen) sind zudem für den Online-Handel ebenso relevant wie für den stationären Vertrieb.⁵⁵

Schon aufgrund der Ähnlichkeit der Sachverhalte ist daher zu erwarten, dass die hier aufgestellten Verhaltensrichtlinien zu einer wichtigen Referenz für die kartellrechtliche Beurteilung von Verhaltensweisen auch jenseits des LEH sowie beim Onlinevertrieb werden. In Zukunft ist zu erwarten, dass sich in der praktischen Auseinandersetzung vor allem die Frage stellt, inwieweit konkret untersuchte Situationen mit einem Fallbeispiel vergleichbar sind, welches das BKartA in seinen Hinweisen (speziell für den LEH) aufgreift. Man kann nur spekulieren, ob dies in einigen Jahren Anlass dazu geben könnte, einen branchenübergreifenden Leitfaden zu veröffentlichen.

2. Entwicklung eines Gegenstromprinzips

Insgesamt ist zudem bemerkenswert, dass sich mit dem österreichischen Standpunkt und den neuen Hinweisen des BKartA eine Art „Gegenstromprinzip“ entwickelt: Die zentralen europäischen Vorschriften erfahren nicht nur durch die Europäische Kommission, sondern – ganz im Sinne eines Systems dezentraler Anwendung – auch über die mitgliedstaatlichen Wettbewerbsbehörden „von unten nach oben“ eine weitere Konkretisierung. Ganz in diesem Sinne sind die Hinweise des BKartA vor ihrer Veröffentlichung auch mit der Europäischen Kommission abgestimmt worden. Einzelheiten sind hier leider nicht bekannt. Das Phänomen ist auch deshalb spannend, weil das Preisbindungsverbot bekanntlich nicht in allen Mitgliedstaaten mit derselben Ernsthaftigkeit verfolgt wird.⁵⁶ Möglicherweise geben diese nationalen Impulse dem Thema innerhalb des European Competition Network aber weite-

ren Auftrieb und erhöhen damit den Druck auf die liberaleren Wettbewerbsbehörden. Dass das deutsche Recht mit der Sanktionierung auch einseitiger Maßnahmen (§ 21 Abs. 2 GWB) über die europäischen Vorgaben hinausgeht, dürfte hier kaum eine Rolle spielen: Zum einen werden die (europäischen) Begriffe der Vereinbarung und Abstimmung weit ausgelegt.⁵⁷ Zum anderen unterscheidet das BKartA in den Hinweisen genau zwischen den Verstößformen.

Ebenfalls bleibt abzuwarten, ob dieses Phänomen auf vertikale Sachverhalte beschränkt bleibt, oder sich künftig auch auf horizontale Themen erstreckt. Bekanntlich sieht die Europäische Kommission in der Verfolgung von Vertikalverstößen bislang keinen Ermittlungsschwerpunkt. Entsprechende Durchsuchungen bzw. Verfahren bilden die absolute Ausnahme.⁵⁸ Dies mag seinen Hauptgrund freilich darin haben, dass Handelsmärkte überwiegend nationale Märkte sind.⁵⁹ Für den (genuin grenzüberschreitenden) Onlinehandel hat sich dieses Bild seit Einleitung der Sektoruntersuchung⁶⁰ nachhaltig gewandelt. In diesem Bereich hat die Kommission kürzlich gleich drei Verfahren eingeleitet.⁶¹ ■

⁵⁴ Hinweise, Rz. 1.

⁵⁵ Bei Lebensmitteln spielt der Onlinehandel freilich bislang eine nur untergeordnete Rolle.

⁵⁶ Bekanntlich sieht insbesondere die niederländische Wettbewerbsbehörde in der Verfolgung von Verstößen gegen das Preisbindungsverbot keinen Ermittlungsschwerpunkt.

⁵⁷ Siehe nur die diesbezügliche Darstellung bei *Schultze/Pautke/Wagener*, Vertikal-GVO, 3. Auflage, Rn. 528 ff.

⁵⁸ So auch die Einschätzung bei *Martinek*, ZVertriebsR, 2013, S. 3 ff., S. 7. Laut Presseberichten hat die Europäische Kommission bspw. Anfang Dezember 2013 u.a. bei Samsung und der Media-Saturn-Gruppe Durchsuchungen wegen des Verdachts auf Beschränkungen des Onlinehandels durchgeführt; siehe die PM bei Bloomberg vom 6. Dezember 2013, die auch Herrn Mundt zitiert: „It would definitely be a new era of enforcement for the EU commission“ since it „has never ever dealt with these cases.“ Andreas Mundt, the head of Germany’s Cartel Office, said at a Brussels conference today.

⁵⁹ Nach der Bekanntmachung der Kommission über die Zusammenarbeit innerhalb des Netzes der Wettbewerbsbehörden, ABl. EU Nr. C 101, S. 43 ff. vom 27. April 2004, ist eine einzelne (mitgliedstaatliche) Wettbewerbsbehörde im Regelfall gut geeignet, Verfahren betreffend Verhaltensweisen durchzuführen, die den Wettbewerb hauptsächlich innerhalb ihres Hoheitsgebiets wesentlich beeinträchtigen (Rz. 9 f.).

⁶⁰ Siehe hierzu die ausführlichen Erläuterungen auf der Internetseite der Europäischen Kommission: http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiries_e_commerce.html.

⁶¹ Siehe die PM der Kommission vom 02. Februar 2017: Danach hat die Kommission in den Bereichen (i) Verbraucherelektronik, (ii) Videospiele und (iii) Hotels drei getrennte Verfahren eingeleitet, um zu ermitteln, ob bestimmte Praktiken den Onlinehandel unzulässig einschränken.