

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

## Für den Durchblick: Illegale "Preispflege" im Internet-Handel

**Dass viele "hochpreisige" Produkte im Internet oftmals weit unter Ladenpreis gehandelt werden, ist vielen Herstellern und Distributoren schon länger ein Dorn im Auge - so vielfältig wie das Angebot in den Online-Shops ist, so vielfältig sind mittlerweile auch die Methoden, Einfluss auf die Preise zu nehmen. Allerdings führen solche Manöver nicht immer zum Erfolg, wie ein Distributor für Kontaktlinsen kürzlich feststellen musste.**

### Übersicht

- ? Sachverhalt
- ? Vorgehensweise
  - o Einverständniserklärungen
  - o Löschungsabrede mit eBay
  - o Großhandelsverbot
  - o Preispflege
- ? Reaktion des Bundeskartellamts
- ? Fazit

### Sachverhalt

Das Unternehmen wollte den Weitervertrieb der ausgelieferten Kontaktlinsen in zweierlei Hinsicht "steuern": einerseits sollten die Abgabepreise der Endhändler einem gewünschten Niveau entsprechen, andererseits sollte der Weitervertrieb im Internet gänzlich unterbleiben. Hierbei bediente man sich folgender Methoden:

- Vereinbarungen mit Abnehmern über einen Ausschluss des Internethandels;
- Verhinderung des eBay-Handels im Wege einer generellen Löschungsabrede mit eBay;
- Vereinbarung über ein Großhandelsverbot mit mindestens vier Internet-Händlern;
- Maßnahmen zur Preispflege:

- o Druckausübung auf Internet-Händler, deren Abgabepreise nicht dem gewünschten Niveau entsprachen;*
- o Vereinbarungen/abgestimmte Verhaltensweisen bezüglich der Anhebung dieser Abgabepreise;*
- o Anbieten/Gewähren von Vorteilen für "willfähige" Internet-Händler;*
- o Vereinbarungen/abgestimmte Verhaltensweisen bezüglich der Wahrung der gewünschten Abgabepreise.*

## Vorgehensweise

Im Einzelnen gingen Mitarbeiter des Unternehmens dabei wie folgt vor:

### Einverständniserklärungen

Zunächst wurde den Abnehmern bei der Erstbestellung von bestimmten Kontaktlinsen eine schriftliche Einverständniserklärung abverlangt, mit der diese sich verpflichteten, diese nicht im Internet zu vertreiben. Zusätzlich wurden mit einigen Händlern sog. "Jahreskonditionen" schriftlich vereinbart, welche ebenfalls den Zusatz enthielten, dass der jeweilige Abnehmer die Kontaktlinsen nicht aktiv im Internet anbieten werde.

### Löschungsabrede mit eBay

Mit eBay wurde kurzerhand eine generelle Löschungsabrede vereinbart, sodass es zeitweise gar nicht möglich war, die betroffenen Kontaktlinsen auf der eBay-Plattform anzubieten.

### Großhandelsverbot

Mit mindestens vier großen Abnehmern wurde ferner vereinbart, dass diese die jeweiligen Kontaktlinsen ausschließlich an Endverbraucher und nicht an "kleinere" Händler abgeben. Hierdurch waren Teile des Einzelhandels zeitweise vom Großhandel mit diesen Linsen abgeschnitten.

## Preispflege

Ein besonderes Augenmerk wurde auf die "Preispflege", also die Wahrung des gewünschten Preisniveaus, gelegt. Im einzelnen gingen Mitarbeiter des Unternehmens dabei wie folgt vor:

- Das Unternehmen richtete ein Überwachungs- und Interventionssystem ein, in dem mehrere Personen mit der Beobachtung und Kontrolle von Verkaufspreisen der Händler im Internet befasst waren. Entdeckten diese Kontrolleure im Internet "unerwünschte" Niedrigpreise, so nahmen sie Kontakt zu den jeweiligen Händlern auf und versuchten sie dazu zu bewegen, ihre Abgabepreise wieder anzuheben (was vielfach auch gelang). Diese Form der Preispflege betraf sämtliche wichtigen Kontaktkunden des Unternehmens.
- Intern wurde eine eigene Strategie zur "Verkaufspreisstabilisierung" entwickelt, die den Endverkäufern bestimmte Abgabepreise und einzelne, gelenkte Sonderaktionen mit festgelegten und zeitlich begrenzten Rabatten nahelegen sollte.
- Zu einigen Internethändlern (den sog. "Top-Kunden") unterhielt das Unternehmen ein besonderes Kooperationsverhältnis. Diese Händler zeichneten sich durch besonders hohe Umsätze und vor allem durch Verkaufspreise aus, die im Internet regelmäßig nicht mehr als 10-15% unterhalb der UVP lagen. Die Einhaltung der maximal zulässigen Preisabweichung, des sog. "price grid" durch diese Händler wurde durch die Kontrolleure (s.o.) kontinuierlich beobachtet und analysiert. Im Gegenzug für ihre besondere Kooperation wurden diese Top-Kunden gegenüber anderen Internethändlern bevorzugt, insbesondere durch besondere Einkaufskonditionen und Unterstützung bei Marketingmaßnahmen.

## Reaktion des Bundeskartellamtes

Das Bundeskartellamt sah in dieser Vorgehensweise diverse Verstöße gegen das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) sowie gegen den EG-Vertrag (EGV), genauer: Ordnungswidrigkeiten nach § 81 Abs. 1 Nr. 1 GWB i.V.m. Art. 81 Abs. 1 EGV, § 81 Abs. 2 Nr. 1 GWB in Verbindung mit § 1 GWB und §§ 9 Abs. 1 Nr. 1, Nr. 2, 14 Abs. 1, 30, 130 OWiG:

- Das Einfordern schriftlicher Einverständniserklärungen bzw. die Vereinbarung von Jahreskonditionen, mit denen Händler sich verpflichten, bestimmte Kontaktkunden nicht im Internet zu vertreiben, verstößt gegen § 1 GWB (und Art. 81 EG). Es handelt sich um eine Vereinbarung, die eine spürbare Beschränkung des Wettbewerbs im Einzelhandel mit den jeweiligen Produkten bezweckt und bewirkt.
- Die Verhinderung des Verkaufs über eBay im Wege der Lösungsabrede verstößt ebenfalls gegen § 1 GWB (und Art. 81 EG).
-

Ebenso stellt das mit mehreren Händlern vereinbarte Großhandelsverbot einen wettbewerbsbeschränkenden Verstoß gegen § 1 GWB (und Art. 81 EG) dar.

- Und zuletzt stellt auch die hier geschehene "Preispflege" eine Maßnahme dar, welche gegen § 1 GWB (und Art. 81 EG) verstößt, da das in ihr enthaltene Maßnahmenbündel die Grenze zulässiger unverbindlicher Preisempfehlungen (UVP) deutlich überschreitet. Zwar ist die einseitige Vorgabe von UVP nach geltendem Recht durchaus zulässig; wird diese jedoch nicht nur an die Abnehmer übermittelt, sondern deren Einhaltung auch überwacht und durch gezielte Kontaktaufnahme forciert, so ist die "Unverbindlichkeit" einer UVP doch arg in Frage gestellt. Das gesamte Maßnahmenbündel wertete das Bundeskartellamt folglich als unzulässige Druckausübung.

Dementsprechend wurde das Unternehmen mit einem empfindlichen Bußgeld belangt, und zwar in Höhe von 15% des relevanten Umsatzes.

## Fazit

"Preispflege" und gelenkter Vertrieb scheinen in letzter Zeit bei so manchem Distributor als kurzweiliges Hobby beliebt zu sein. Neben dieser Erkenntnis zeigt sich in dem oben umrissenen Fall jedoch auch sehr schön, mit welchen Methoden hierbei auf die Endhändler Einfluss genommen werden kann.

Allerdings ist hierbei durchaus auch eine Grenze zwischen (noch) legalen Empfehlungen und unzulässiger Druckausübung zu beachten. "Drangsalierten" Internet-Händlern ist jedenfalls anzuraten, sich nicht alles gefallen zu lassen und sich etwa gegen solche wie die oben dargestellten Maßnahmen zur Wehr zu setzen.

Autor:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt