

von **Anna-Lena Baur**

Mehr Vorteile für Online-Händler: LEGO passt sein Rabattsystem an

Das Bundeskartellamt meldet, dass der Spielzeug-Hersteller LEGO zugesagt hat, sein Rabattsystem zu ändern und künftig so auszugestalten, dass Händler auch über den Online-Vertrieb die gleiche Rabatthöhe erreichen können wie im stationären Vertrieb.

Nach dem bisherigen Rabattsystem des Spielzeugherstellers waren Online-Händler gegenüber stationären Händlern im Nachteil. Kriterien, nach denen Rabattpunktzahlen erreicht werden konnten waren auf den stationären Handel zugeschnitten und orientierten sich z.B. an den LEGO-Produkten zur Verfügung stehenden Regalmetern. Online-Händler hatte sich beim Bundeskartellamt beschwert, dass sie ,anders als ihre stationär vertreibenden Konkurrenten, nicht in den Genuss höchster Rabattpunktzahlen kommen könnten.

Das vom Bundeskartellamt auf die Beschwerde hin eingeleitete Verfahren konnte jetzt dank Zusage des Spielzeugherstellers, sein Rabattsystem umzustellen, eingestellt werden.

Das Bundeskartellamt teilt diesbezüglich mit: „LEGO wird auf den Online-Vertrieb zugeschnittene alternative oder ergänzende Rabattkriterien einführen, die den Besonderheiten dieser Vertriebsform angepasst sind. Die Händler werden über die Änderung der Rabatte gesondert seitens LEGO informiert.“

Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes dazu: „Ein Hersteller darf selbstverständlich Anforderungen an die Qualität des Vertriebs seiner Produkte stellen und seinen Händlern bei unterschiedlichen Leistungen auch unterschiedliche Rabatte einräumen. Dabei darf aber der Online-Handel als Vertriebskanal nicht strukturell benachteiligt werden. Sehr viele Händler fahren inzwischen auch zweigleisig, um neben dem stationären Handel zusätzlich über den Online-Vertrieb neue Kunden zu gewinnen. Solche Geschäftsmodelle müssen – mitunter auch zur Stützung des stationären Handels – möglich sein. Für den Verbraucher ist es entscheidend, dass sich der Wettbewerb auf allen Vertriebskanälen entfalten kann.“

Für Online-Händler von LEGO Spielzeug ist dies eine erfreuliche Nachricht. Durch die Anpassung des Rabattsystems können sie ihre Einkaufskosten den der stationären Händlern anpassen und mit diesen dementsprechend besser konkurrieren.

Autor:

Anna-Lena Baur

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)