

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Online-Händler dürfen Preissuchmaschinen nutzen

In den vergangenen Jahren versuchten einige Hersteller ihre Vertragshändler mit strengen Vertriebsbeschränkungen in ihr Vertriebssystem zu zwingen. So versuchten Hersteller beispielsweise, Händlern die Nutzung von Online-Preisvergleichsportalen für Werbung und den Absatz ihrer Markenprodukte zu verbieten. Die Kartellbehörde und die Rechtsprechung hielten aber dagegen.

I. Händler dürfen Preisvergleichsportale nutzen

Ein großer Sportartikelhersteller hatte 2015 im Rahmen seines Vertriebssystems seinen Vertragshändlern die Nutzung von Preissuchmaschinen zur Imagewerbung und Absatzwerbung verboten. Der Hintergrund des Verbots waren wohl vor allem Bedenken der Verwässerung der Marke, also die Sorge um einen Imageverlust des Sportartikelherstellers.

Das Bundeskartellamt hielt das Verbot jedoch für eine unzulässige vertikale Vertriebsbeschränkung und ging dagegen vor.

Solche vertikalen Vertriebsbeschränkungen sind kartellrechtlich dann problematisch, wenn ein großes, marktstarkes Unternehmen seinen kleineren, weniger marktstarken Abnehmern Vertriebsvorgaben machen bzw. Vertriebsbeschränkungen auferlegen will, um etwa den Preiswettbewerb zu kontrollieren. Derlei Wettbewerbsbeschränkungen sind nur unter engen Voraussetzungen zulässig, etwa wenn sich die von den Vertriebsbeschränkungen betroffenen Unternehmen auf Augenhöhe mit dem Markenhersteller begegnen oder die Vertriebsbeschränkungen nur von geringem Gewicht sind.

Im Fall des Sportartikelherstellers hat der 1. Kartellsenat des OLG Düsseldorf die Vertriebsbeschränkungen mit seiner Entscheidung vom 5. April 2017 gekippt – die Nutzung von Online-Preissuchmaschinen durfte der Sportartikelhersteller den Händlern nicht verbieten, dieses Verbot war (und bleibt) unzulässig.

II. Die Einzelheiten der Entscheidung des OLG Düsseldorf

Wie das Bundeskartellamt hielt auch das OLG Düsseldorf das Verbot der Nutzung von Online-Preisvergleichsportalen wettbewerbsrechtlich für eine sog. Kernbeschränkung, die nicht freistellungsfähig ist, also nicht von einer gesetzlichen Ausnahmeregelung erfasst wird und auch nicht ausnahmsweise für zulässig erklärt werden kann. Insbesondere kleinere und mittlere Händler würden von der Leistung in Online-Preissuchmaschinen profitieren. Sie können sich dort im Preiswettbewerb mit ihren Konkurrenten messen und sind für potentielle Kunden abseits der großen, bereits bekannten Online-Händler wahrnehmbar. Der Sportartikelhersteller argumentierte, das Verbot der Nutzung von Preissuchmaschinen sei insbesondere zum Schutz des eigenen Premium-Markenimages notwendig.

Zudem käme bei einer Werbung bei Preissuchmaschinen etwa die für den Verkauf von Laufschuhen notwendige Beratung des Verbrauchers deutlich zu kurz. Der Hersteller hatte die Sorge, der Preiswettbewerb über Preissuchmaschinen könnte seine Markenprodukte als billige, qualitativ minderwertige Ware aussehen lassen. Das Gericht hielt dem entgegen, der Verbraucher könne die ihm offenstehenden Bezugsquellen durchaus nach ihren Vor- und Nachteilen unterscheiden. Der Verbraucher wisse, dass er beim Online-shopping – vermittelt über Preissuchmaschinen – weniger Beratung erhalte als beim Kauf im Ladengeschäft. Dann aber steht dem Verbraucher auch zu, selbst zu entscheiden, ob er eine ausführliche Beratung braucht und wünscht. Offen gelassen hat das OLG Düsseldorf in seiner Entscheidung, ob das vom Sportartikelhersteller in seinem früheren Vertriebssystem ebenso vorgesehene Verbot des Verkaufs seiner Produkte über Online-Marktplätze wie Amazon und eBay und der Nutzung des Marketingsinstruments Google AdWords wettbewerbsrechtlich zulässig war, da dies in dem Gerichtsverfahren nicht mehr entscheidungserheblich war.

III. Fazit

Die Entscheidung des OLG Düsseldorf ist für den Online-Handel wegweisend, in positiver Hinsicht. Online-Preisvergleichsportale bieten gerade kleineren Händlern die Möglichkeit, sich und die eigenen Leistungen zu präsentieren, so dass sie von Verbrauchern neben den großen Anbietern wahrgenommen werden. Dadurch entsteht eine Markttransparenz, durch die ambitionierte Händler und Verbraucher zugleich profitieren.

Bei Problemen, Rückfragen sowie weiteren Fragen zu diesem Thema hilft Ihnen das Team der IT-Recht Kanzlei selbstverständlich gerne auch persönlich und im Einzelfall weiter.

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt