

Inhaltsübersicht

| | |
|---|---------|
| Vorwort zur 2. Auflage | V |
| Vorwort zur 1. Auflage | VII |
| Bearbeiterverzeichnis | IX |
| Verzeichnis der ausgeschiedenen Bearbeiter | XI |
| Verzeichnis der Abkürzungen und der abgekürzt zitierten Literatur | XLIII |
| 1. Kapitel. Grundlagen | 1 |
| § 1 Einleitung | 1 |
| § 2 Die Anwendung des Kartellverbots auf Vertikalvereinbarungen | 9 |
| § 3 Die Anwendung des Verbots des Missbrauchs von Marktmacht auf vertriebspolitische Maßnahmen | 56 |
| § 4 Vertikale Beschränkungen aus ökonomischer Sicht | 90 |
| 2. Kapitel. Die Vertikal-GVO | 129 |
| § 5 Grundzüge und Reform 2022 | 129 |
| § 6 Freistellung, Art. 2 Vertikal-GVO | 138 |
| § 7 Marktanteilsschwelle, Art. 3 Vertikal-GVO | 153 |
| § 8 Kernbeschränkungen, Art. 4 Vertikal-GVO | 169 |
| § 9 Preisbindungen, Art. 4 lit. a Vertikal-GVO | 172 |
| § 10 Gebiets- und Kundenbeschränkungen, Art. 4 lit. b–d Vertikal-GVO | 210 |
| § 11 Verhinderung der wirksamen Nutzung des Internets, Art. 4 lit. e Vertikal- GVO | 247 |
| § 12 Beschränkung des Anbieters von Ersatzteilen, Art. 4 lit. f Vertikal-GVO .. | 270 |
| § 13 Wettbewerbsverbote, Art. 5 Vertikal-GVO | 272 |
| § 14 Entzug der Gruppenfreistellung | 292 |
| 3. Kapitel. Besondere Vertriebssysteme | 299 |
| § 15 Agenturvertrieb | 299 |
| § 16 Alleinvertrieb | 322 |
| § 17 Selektiver Vertrieb | 332 |
| § 18 Franchising | 367 |
| § 19 Internetvertrieb | 388 |
| § 20 Kfz-Vertrieb | 412 |
| 4. Kapitel. Einzelne Vertriebsvereinbarungen und -praktiken | 431 |
| § 21 Alleinbelieferung | 431 |
| § 22 Alleinbezug | 436 |
| § 23 Allgemeine Geschäftsbedingungen | 443 |
| § 24 Meistbegünstigungsklauseln/Bestpreisklauseln | 462 |
| § 25 Category Management | 475 |
| § 26 Dualer Vertrieb | 488 |
| § 27 Geoblocking | 492 |
| § 28 Kopplungsbindungen | 508 |
| § 29 Kundenschutz | 523 |
| § 30 Lieferverweigerung | 533 |
| § 31 Listungsentgelte/Zugangsvorauszahlungen/Auslistungen | 550 |
| § 32 Markenlizenzverträge | 560 |
| § 33 Online-Handelsplattformen | 581 |
| § 34 Rabattvereinbarungen | 595 |

| | |
|---|------------|
| § 35 Unfaire Handelspraktiken | 631 |
| § 36 Untereinstandspreisangebote und Kampfpreise | 669 |
| § 37 Vertriebs- und Einkaufskooperationen | 691 |
| § 38 Zuliefervereinbarungen | 719 |
| 5. Kapitel. Vertriebskartellrecht im Zivilprozess | 731 |
| § 39 Vertikalvereinbarungen | 731 |
| § 40 Belieferungsansprüche | 761 |
| 6. Kapitel. Vertriebskartellrecht in Österreich und in der Schweiz | 769 |
| § 41 Vertriebskartellrecht in Österreich | 769 |
| § 42 Vertriebskartellrecht in der Schweiz | 814 |
| Sachverzeichnis | 849 |

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-------|
| Vorwort zur 2. Auflage | V |
| Vorwort zur 1. Auflage | VII |
| Bearbeiterverzeichnis | IX |
| Verzeichnis der ausgeschiedenen Bearbeiter | XI |
| Verzeichnis der Abkürzungen und der abgekürzt zitierten Literatur | XLIII |

1. Kapitel. Grundlagen

| | |
|---|----|
| § 1 Einleitung | 1 |
| A. Gegenstand des Vertriebskartellrechts | 1 |
| B. Historischer Abriss | 1 |
| C. Die kartellbehördliche Praxis in Fallzahlen | 4 |
| D. Herausforderungen der anwaltlichen Praxis | 5 |
| I. Unternehmensstrategie und Vertriebssteuerung | 5 |
| II. Verträge beraten | 5 |
| III. Prozesse führen | 6 |
| E. Ausblick | 7 |
| § 2 Die Anwendung des Kartellverbots auf Vertikalvereinbarungen | 9 |
| A. Einleitung | 10 |
| B. Verbotstatbestand, Art. 101 Abs. 1 AEUV/§ 1 GWB | 11 |
| I. Normadressaten | 11 |
| 1. Unternehmen | 11 |
| a) Begriff | 11 |
| b) Unternehmen als „wirtschaftliche Einheit“ | 12 |
| 2. Unternehmensvereinigungen | 13 |
| II. Vertikale Vereinbarungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen | 13 |
| 1. Vertikale Vereinbarungen | 13 |
| 2. Vereinbarung | 14 |
| 3. Abgestimmte Verhaltensweise | 14 |
| 4. Informationsaustausch im Rahmen eines Vertikalverhältnisses | 16 |
| 5. Gegenstück: Einseitige Maßnahmen | 16 |
| 6. Herausforderungen durch (selbstlernende) Algorithmen | 17 |
| III. Bezweckte oder bewirkte Wettbewerbsbeschränkung | 20 |
| 1. Bezweckte Wettbewerbsbeschränkung | 21 |
| 2. Kein Gleichlauf von bezweckter Wettbewerbsbeschränkung und Kernbeschränkung? | 23 |
| 3. Bewirkte Wettbewerbsbeschränkung | 25 |
| IV. Zwischenstaatlichkeitsklausel | 26 |
| 1. In mehreren Mitgliedstaaten durchgeführte vertikale Vereinbarungen | 26 |
| 2. Vereinbarungen mit Drittstaatbezug | 27 |
| 3. Auf einen Mitgliedstaat beschränkte Vereinbarungen | 28 |
| V. Spürbarkeit | 28 |
| 1. Spürbarkeit der Wettbewerbsbeschränkung | 28 |
| 2. Spürbarkeit der Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels | 29 |
| 3. Kleine und mittlere Unternehmen | 30 |

| | |
|---|----|
| VI. Immanenzgedanke und Nebenabredendoktrin | 30 |
| 1. Immanenztheorie | 31 |
| 2. Notwendige Nebenabreden | 31 |
| 3. Besondere Ausprägungen | 32 |
| C. Freistellung, Art. 101 Abs. 3 AEUV/§ 2 GWB | 33 |
| I. Prinzip der Selbsteinschätzung | 33 |
| II. Gruppenfreistellungsverordnungen | 34 |
| III. Einzelfreistellung nach Art. 101 Abs. 3 AEUV/§ 2 Abs. 1 GWB | 35 |
| 1. Effizienzgewinne | 35 |
| a) Quantitative Effizienzgewinne | 36 |
| b) Qualitative Effizienzgewinne | 36 |
| c) Überwiegen von Effizienzgewinnen in Vertikalvereinbarungen | 37 |
| 2. Angemessene Verbraucherbeteiligung | 37 |
| a) Verbraucher | 38 |
| b) Gewinne | 38 |
| c) Angemessene Beteiligung | 38 |
| 3. Unerlässlichkeit der Beschränkung | 38 |
| 4. Keine Möglichkeit zur Ausschaltung des Wettbewerbs | 39 |
| D. Räumlicher Anwendungsbereich des Kartellverbots | 39 |
| I. Verhältnis von Art. 101 AEUV zu § 1 GWB | 39 |
| II. Erweiterung des Kartellverbots auf den EWR | 40 |
| III. Relevanz des Kartellrechts von Drittstaaten, insbesondere der Schweiz und mit der EU assoziierter Staaten | 40 |
| IV. Brexit | 42 |
| E. Rechtsfolgen | 42 |
| I. Zivilrechtliche Rechtsfolgen | 43 |
| 1. Nichtigkeitsfolge | 43 |
| a) Gesamtnichtigkeit bei untrennbarer Einheit | 43 |
| b) Teilnichtigkeit | 43 |
| c) Berufung auf die Gesamtnichtigkeit als unzulässige Rechtsausübung | 44 |
| d) Salvatorische Klauseln | 44 |
| e) Geltungserhaltende Reduktion | 45 |
| f) Ausführungs- und Folgeverträge | 46 |
| 2. Beseitigungs-, Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche | 46 |
| II. Bußgeldverfahren | 46 |
| 1. EU-Kartellrecht | 47 |
| a) Verfolgungsschwerpunkt Internetvertrieb | 47 |
| b) Bußgeldbemessung | 47 |
| 2. Deutsches Kartellrecht | 49 |
| a) Verfolgungspraxis | 49 |
| b) Bußgeldbemessung | 50 |
| III. Verwaltungsverfahren | 52 |
| 1. Abstellungsverfügung (Art. 7 Kartellverfahrens-VO/§ 32 Abs. 1 und 2 GWB) | 52 |
| 2. Feststellung einer beendeten Zuwiderhandlung (Art. 7 Abs. 1 S. 4 Kartellverfahrens-VO / § 32 Abs. 3 GWB) | 53 |
| 3. Verbindlicherklärung von Verpflichtungszusagen (Art. 9 Kartellverfahrens-VO/§ 32b GWB) | 53 |
| 4. Freistellungsentzug (Art. 29 Kartellverfahrens-VO / § 32d GWB) .. | 55 |
| 5. Vorteilsabschöpfung, § 34 GWB und Aufschlag auf Geldbuße | 55 |
| 6. Rechtsbehelfe gegen Maßnahmen im Verwaltungsverfahren | 55 |
| 7. Ausschluss vom Vergabeverfahren | 55 |

| | |
|---|----|
| § 3 Die Anwendung des Verbots des Missbrauchs von Marktmacht auf vertriebspolitische Maßnahmen | 56 |
| A. Allgemeines | 57 |
| B. Marktbeherrschung und Marktmacht | 57 |
| I. Abgrenzung des relevanten Marktes | 57 |
| 1. Sachlich relevanter Markt | 58 |
| a) Bedarfsmarktkonzept | 58 |
| b) Ergänzungen | 58 |
| 2. Räumlich relevanter Markt | 59 |
| 3. Zeitlich relevanter Markt | 60 |
| II. Marktbeherrschende Stellung | 60 |
| 1. Regelungen in § 18 Abs. 1, 4–7 GWB | 60 |
| a) Individuelle Marktbeherrschung | 60 |
| b) Kollektive Marktbeherrschung (Oligopol) | 61 |
| 2. Mehrseitige Märkte und Netzwerke, § 18 Abs. 2a, 3a und 3b GWB | 61 |
| 3. Definition und Kriterien des EuGH | 63 |
| III. Relative Marktmacht im Vertikalverhältnis, § 20 Abs. 1 S. 1 GWB | 63 |
| IV. Intermediationsmacht, § 20 Abs. 1 S. 2 GWB | 65 |
| V. Verkauf unter Einstandspreis, § 20 Abs. 3 und 4 GWB | 65 |
| VI. Erweiterung des Normadressatenkreises, § 19 Abs. 3 GWB | 66 |
| VII. Zurechnung des Verhaltens von Vertriebshändlern | 66 |
| C. Missbrauch | 67 |
| D. Regelbeispiele des § 19 GWB | 69 |
| I. Unbillige Behinderung und Diskriminierung ohne Rechtfertigung, § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB | 69 |
| 1. Behinderung (§ 19 Abs. 2 Nr. 1 Alt. 1 GWB) | 69 |
| 2. Diskriminierung (§ 19 Abs. 2 Nr. 1 Alt. 2 GWB) | 70 |
| 3. Unbilligkeit und fehlende sachliche Rechtfertigung | 72 |
| II. Ausbeutungsmissbrauch (§ 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB) | 73 |
| 1. Preissmissbrauch | 73 |
| 2. Konditionenmissbrauch, u. a. Facebook-Verfahren des BKartA | 74 |
| 3. Digital Antitrust Compliance – Marktmachtmissbrauch und Algorithmen | 77 |
| III. Strukturmissbrauch (§ 19 Abs. 2 Nr. 3 GWB) | 77 |
| IV. Verweigerung des Zugangs zu wesentlichen Einrichtungen (§ 19 Abs. 2 Nr. 4 GWB) | 78 |
| V. Aufforderung zur Vorteilsgewährung (Anzapfverbot, § 19 Abs. 2 Nr. 5 GWB) | 78 |
| E. Schutz vor „Tipping“, § 20 Abs. 3a GWB | 79 |
| F. Rechtsfolgen | 79 |
| I. Zivilrechtliche Rechtsfolgen | 80 |
| 1. Nichtigkeit gemäß § 134 BGB | 80 |
| 2. Geltungserhaltende Reduktion | 81 |
| 3. Beseitigungs-, Unterlassungs- oder Schadensersatzansprüche | 82 |
| II. Kartellbehördliche Folgen | 82 |
| 1. Verwaltungsverfahren | 82 |
| 2. Bußgeldverfahren | 83 |
| G. Räumlicher Anwendungsbereich | 84 |
| I. Verhältnis von § 19 GWB zu Art. 102 AEUV (Zwischenstaatlichkeit) | 84 |
| II. Erweiterung auf den EWR | 84 |
| III. Brexit | 84 |

| | |
|---|-----|
| H. Konkurrenzen | 85 |
| I. Sperre von §§ 19, 20 GWB gemäß Art. 3 Abs. 2 S. 1 Kartellverfahrens-VO, § 22 Abs. 2 S. 1 GWB | 85 |
| II. Marktmissbrauch und Boykott | 85 |
| III. Marktmissbrauch und Behinderung von Mitbewerbern | 85 |
| I. § 19a GWB | 86 |
| J. Digital Markets Act (DMA) | 88 |
| § 4 Vertikale Beschränkungen aus ökonomischer Sicht | 90 |
| A. Einführung | 90 |
| B. Kernbeschränkungen | 92 |
| I. Gebiets- und Kundenbeschränkungen | 92 |
| II. Preisbindung | 96 |
| C. Besondere Vertriebssysteme | 101 |
| I. Selektiver Vertrieb | 101 |
| II. Ausschließlichkeitsbindungen | 104 |
| III. Bestpreisklauseln | 107 |
| D. Missbrauch von Marktmacht | 111 |
| I. Lieferverweigerung | 111 |
| II. Rabattsysteme | 115 |
| III. Kopplungsgeschäfte | 120 |
| IV. Verdrängungspreise | 123 |
| 2. Kapitel. Die Vertikal-GVO | |
| § 5 Grundzüge und Reform 2022 | 129 |
| A. Regelungskonzept und Prüfungsreihenfolge | 129 |
| B. Auslegungsmittel | 130 |
| C. Rechtsquellen | 131 |
| I. Vertikal-Leitlinien | 131 |
| II. Sonstige Rechtsquellen | 132 |
| D. Kurzüberblick | 132 |
| E. Reform 2022 | 134 |
| § 6 Freistellung, Art. 2 Vertikal-GVO | 138 |
| A. Überblick | 138 |
| B. Schirmfreistellung, Art. 2 Abs. 1 Vertikal-GVO | 139 |
| I. Regelungsinhalt | 139 |
| II. Voraussetzungen | 140 |
| 1. Vertikale Vereinbarung | 140 |
| a) Unternehmensbegriff | 140 |
| b) Vereinbarungsbegriff | 140 |
| c) Vertikalverhältnis | 141 |
| d) Gegenstand der Vereinbarung | 141 |
| 2. Vertikale Beschränkung | 142 |
| C. Begleitende Lizenzregelungen, Art. 2 Abs. 3 Vertikal-GVO | 143 |
| I. Allgemeines | 143 |
| II. Voraussetzungen | 143 |
| 1. Bezug, Verkauf oder Weiterverkauf von Produkten | 143 |
| 2. Lizenz des Anbieters | 144 |
| 3. Lizenz nicht Hauptgegenstand des Vertrages | 144 |
| 4. Zweckbindung | 144 |
| 5. Keine nicht freigestellten Beschränkungen | 145 |
| III. Einzelfälle | 145 |

| | |
|--|------------|
| D. Vertikale Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern, Art. 2 Abs. 4–6 | |
| Vertikal-GVO | 146 |
| I. Wettbewerber | 146 |
| II. Nicht-wechselseitige Vereinbarung | 147 |
| III. Informationsaustausch, Art. 2 Abs. 5 Vertikal-GVO | 149 |
| IV. Online-Vermittlungsdienste mit Hybridstellung, Art. 2 Abs. 6 Vertikal-GVO | 149 |
| E. Vertikale Vereinbarungen mit Unternehmensvereinigungen, Art. 2 | |
| Abs. 2 Vertikal-GVO | 149 |
| I. Allgemeines | 149 |
| II. Unternehmensvereinigung von Wareneinzelhändlern | 150 |
| III. Umsatzgrenze | 150 |
| F. Verhältnis zu anderen Gruppenfreistellungsverordnungen | 151 |
| I. Verhältnis zur Kfz-GVO | 151 |
| II. Verhältnis zur TT-GVO | 152 |
| III. Verhältnis zur FuE-GVO | 152 |
| IV. Verhältnis zu sonstigen GVOen | 152 |
| § 7 Marktanteilsschwelle, Art. 3 Vertikal-GVO | 153 |
| A. Überblick | 153 |
| B. Doppelte Marktanteilsschwelle | 156 |
| C. Marktabgrenzung | 157 |
| I. Allgemeines | 157 |
| II. Sachliche Marktabgrenzung | 159 |
| III. Räumliche Marktabgrenzung | 165 |
| D. Berechnung der Marktanteile | 166 |
| I. Allgemeines | 166 |
| II. Angebotsmarkt | 167 |
| III. Bezugsmarkt | 168 |
| § 8 Kernbeschränkungen, Art. 4 Vertikal-GVO | 169 |
| A. Alles-oder-Nichts-Prinzip | 169 |
| B. Nicht wettbewerbsbeschränkende oder einzelfreigestellte Kernbeschränkungen | 169 |
| C. Begriff der Kernbeschränkung und Struktur des Art. 4 Vertikal-GVO ... | 170 |
| D. Zivilrechtliche Nichtigkeit und erhöhtes Bußgeldrisiko | 171 |
| § 9 Preisbindungen, Art. 4 lit. a Vertikal-GVO | 172 |
| A. Kartellrechtliche Grenzen der Preisbindung | 173 |
| I. Preisbindung des Abnehmers | 173 |
| 1. Kartellrechtliche Einordnung | 173 |
| 2. Direkte und indirekte Formen der Preisbindung | 175 |
| 3. Fest- und Mindestpreisbindung | 176 |
| 4. Höchstpreisbindungen | 177 |
| a) Bis 30 % Marktanteil | 177 |
| b) Über 30 % Marktanteil | 177 |
| c) Druck oder Anreize | 179 |
| 5. Preisempfehlungen | 180 |
| a) Bis 30 % Marktanteil | 180 |
| b) Über 30 % Marktanteil | 180 |
| c) Druck oder Anreize | 183 |
| d) Unverbindlichkeit | 186 |
| e) Strengere Entscheidungspraxis in der Schweiz | 186 |
| 6. Preispolitik und Diskriminierungsverbot | 187 |
| 7. Übermittlung von Preisinformationen | 187 |
| a) Übermittlung von Wiederverkaufspreisen an den Lieferanten .. | 187 |

| | |
|---|-----|
| b) Informationsaustausch zwischen Abnehmer und Anbieter beim zweigleisigen Vertrieb (Dual Distribution) | 188 |
| c) Hub-and-spoke | 189 |
| d) Dynamic pricing | 190 |
| II. Preisbindung des Lieferanten | 193 |
| B. Praxisrelevante Fallgruppen | 193 |
| I. Erläuterung unverbindlicher Preisempfehlungen | 193 |
| II. Atypische Preisempfehlungen | 194 |
| III. Preismonitoring/Preisspiegel | 194 |
| IV. Kalkulationshilfen | 196 |
| V. Spannengarantien | 196 |
| VI. Preispflege durch Nichtbelieferung | 197 |
| VII. Mengenmanagement und Aktionsplanungen | 197 |
| VIII. Preisaufdruck auf Verpackungen oder Verkaufsmaterial | 199 |
| IX. Preistests | 200 |
| X. Preisverhandlungen mit der übernächsten Marktstufe | 200 |
| XI. Einkaufspreisgarantien | 201 |
| XII. Meistbegünstigungsklauseln/Bestpreisklauseln | 201 |
| XIII. Preisbindung des Handelsvertreters | 201 |
| XIV. Sonderangebote in Franchisesystemen | 202 |
| XV. Festpreise bei Markteinführung | 203 |
| XVI. Preisbindung zur Vermeidung eines Verkaufs unter Einstand | 203 |
| XVII. Preisbindung zum Schutz bestimmter Vertriebsfunktionen | 204 |
| XVIII. Preisbindung in der Online-Plattformwirtschaft | 204 |
| XIX. Mindestwerbepreise | 205 |
| XX. Ausnahmereiche | 205 |
| 1. Buchpreisbindung | 205 |
| 2. Verlagszeugnisse | 206 |
| 3. Arzneimittel | 206 |
| 4. Landwirtschaft | 206 |
| C. Rechtsfolgen bei Verstoß gegen das Preisbindungsverbot | 207 |
| I. Bußgeld | 207 |
| II. Untersagung/Verpflichtungszusagen | 208 |
| 1. BKartA | 208 |
| 2. Kommission | 209 |
| III. Zivilrechtliche Unwirksamkeit | 209 |
| IV. Unterlassung/Schadensersatz | 209 |
| § 10 Gebiets- und Kundenbeschränkungen, Art. 4 lit. b–d | |
| Vertikal-GVO | 210 |
| A. Einleitung | 211 |
| I. Zielsetzung der Norm | 211 |
| II. Wesentliche Änderungen durch die Reform 2022 | 212 |
| III. Struktur des Art. 4 lit. b–d | 213 |
| B. Gebiets- und Kundenbeschränkungen als Kernbeschränkungen nach Art. 4 Vertikal-GVO | 213 |
| I. Grundlagen | 213 |
| II. Begriff der Gebiets- und Kundenbeschränkungen | 214 |
| III. Bezweckte oder bewirkte Gebiets- und Kundenbeschränkungen | 216 |
| IV. Unmittelbare oder mittelbare Gebiets- und Kundenbeschränkungen . | 217 |
| V. Beschränkende Maßnahmen im Einzelnen | 218 |
| 1. Überblick | 218 |
| 2. Finanzielle Anreize (Vertikal-Leitlinien Rn. 204 lit. b, j, k; Rabatte, Prämien, Nachlasse) | 220 |

| | |
|--|-----|
| 3. Doppelpreissysteme (Vertikal-Leitlinien Rn. 204 lit. b, lit. f) | 221 |
| 4. Mengenbeschränkungen, Lieferstopp (Vertikal-Leitlinien Rn. 204 lit. c, d, e, g) | 223 |
| 5. Garantiebeschränkungen (Vertikal-Leitlinien Rn. 204 lit. l) | 224 |
| 6. (Sprach-)Beschränkungen zu Verpackungen/Beschriftungen (Vertikal-Leitlinien Rn. 204 lit. h) | 225 |
| 7. Überwachungsmaßnahmen (Vertikal-Leitlinien Rn. 205) | 225 |
| 8. Verkaufsverbote und Verwendungsbeschränkungen | 226 |
| VI. Einfluss der Geoblocking-VO | 227 |
| C. Freigestellte Gebiets- und Kundenbeschränkungen (weiße Klauseln) | 228 |
| I. Errichtung und Schutz von Alleinvertriebssystemen | 228 |
| 1. Definition des Alleinvertriebssystems | 228 |
| a) Selbstvorbehalt | 228 |
| b) Zuweisung an bis zu fünf Alleinvertriebs Händler | 229 |
| c) Schutzlücken/Lückenhaftigkeit des Systems | 229 |
| d) Gebiet oder Kundengruppe | 230 |
| 2. Zulässiges Verbot aktiven Verkaufs in geschützte Gebiete oder an geschützte Kundengruppen (Art. 4 lit. b i), lit. c i) Nr. 1, lit. d i) Vertikal-GVO) | 231 |
| a) Inhalt der Regelung | 231 |
| b) Aktiver und passiver Verkauf | 231 |
| c) Weiterreichung des Verbots des aktiven Verkaufs | 233 |
| II. Errichtung und Schutz von selektiven Vertriebssystemen | 233 |
| 1. Definition des selektiven Vertriebssystems | 233 |
| 2. Zulässiges Verbot der Außenseiterbelieferung | 234 |
| III. Beschränkungen des Niederlassungsorts der Abnehmer (Standortklausel) | 236 |
| IV. Beschränkungen zum Schutz des Einzelhändlers vor Großhändlern (Sprunglieferverbot) | 237 |
| V. Beschränkungen des Weiterverkaufs von zur anderweitigen Verwendung gelieferten Produkte (Bauteileklausel) | 238 |
| D. Besondere Kernbeschränkungen im selektiven Vertrieb | 239 |
| I. Querlieferverbot (Art. 4 lit. c ii) Vertikal-GVO) | 239 |
| II. Beschränkung des Verkaufs an Endverbraucher (Art. 4 lit. c iii) Vertikal-GVO) | 240 |
| 1. Beschränkung des Verkaufs an Endverbraucher | 241 |
| a) Endverbraucher | 241 |
| b) Händler | 242 |
| c) Unterscheidung in der Praxis | 242 |
| 2. Keine Anwendung auf der Großhandelsstufe | 243 |
| 3. Abgrenzung zwischen Beschränkungen des Verkaufs an Endverbraucher und „echten Qualitätsanforderungen“ | 243 |
| E. Ausnahmen im Einzelfall | 244 |
| I. Keine spürbare Beschränkung des grenzüberschreitenden Handels ... | 244 |
| II. Nicht wettbewerbsbeschränkende Gebiets- und Kundenbeschränkungen | 244 |
| III. Rechtfertigung von Beschränkungen im Einzelfall | 245 |
| 1. Rechtfertigung von Beschränkungen bei Überschreiten der Marktanteilsschwelle | 245 |
| 2. Rechtfertigung von Kernbeschränkungen | 246 |

| | |
|--|-----|
| § 11 Verhinderung der wirksamen Nutzung des Internets, Art. 4 lit. e Vertikal-GVO | 247 |
| A. Die neue Kernbeschränkung in Art. 4 lit. e Vertikal-GVO | 247 |
| I. Anwendungsbereich | 248 |
| II. Konkretisierung | 249 |
| 1. Inhaltliche Vorgaben in Art. 4 lit. e aE Vertikal-GVO | 249 |
| 2. Mittelbare Beschränkungen und Kontrollmechanismen | 250 |
| 3. Kein Durchreichen der Beschränkungen | 250 |
| III. Rückausnahmen und Sperrwirkung | 251 |
| 1. Verhältnis zu Art. 4 lit. b–d Vertikal-GVO | 251 |
| 2. Abgrenzung Aktiv- und Passivverkäufe | 252 |
| 3. Kein Rückgriff auf Art. 4 lit. b–d Vertikal-GVO | 254 |
| B. Problemfälle – Verkaufsbeschränkungen und Werbebeschränkungen | 254 |
| I. Bezweckte Beschränkung von Online-Verkäufen | 255 |
| 1. Physische Verkaufsanforderungen | 255 |
| a) Anwesenheit eines diplomierten Pharmazeuten (Pierre Fabre) | 255 |
| b) „Personalisierte Lieferung“ (STIHL) | 256 |
| c) Face-to-Face Custom Fitting (Ping) | 256 |
| d) Lieferung an eine physische Verkaufsstelle (Bikeurope) | 257 |
| 2. Erlaubnisvorbehalt und uneingeschränktes Ermessen des Anbieters (Guess) | 257 |
| 3. Erhebliche Verringerung des Gesamtumfangs der Online-Verkäufe | 257 |
| 4. Geoblocking-Praktiken mit Internetbezug | 258 |
| 5. Doppelpreissysteme (dual pricing) | 259 |
| 6. Anforderungen an den Online-Shop des Händlers | 261 |
| 7. Verbot von Online-Marktplätzen/Drittplattformverbot | 261 |
| a) Keine Kernbeschränkung | 262 |
| b) Auf einzelne Abnehmer bezogenes Drittplattformverbot | 262 |
| II. Bezweckte Beschränkungen der Nutzung von Online-Werbekanälen | 263 |
| 1. Kooperation mit Preisvergleichsdiensten | 264 |
| 2. Beschränkung der Nutzung von Suchmaschinen außerhalb von Preisvergleichsdiensten und Drittplattformen | 267 |
| 3. Widersprüchlichkeit der Behandlung von Online-Vertriebskanälen und Online-Werbekanälen | 269 |
| § 12 Beschränkung des Anbieters von Ersatzteilen, Art. 4 lit. f Vertikal-GVO | 270 |
| § 13 Wettbewerbsverbote, Art. 5 Vertikal-GVO | 272 |
| A. Einleitung | 272 |
| B. Wettbewerbsverbote | 273 |
| I. Wettbewerbsverbote im Sinne der Vertikal-GVO | 273 |
| II. Abgrenzung zu anderen Wettbewerbsverboten | 273 |
| III. Vertikale Wettbewerbsverbote in der Praxis | 274 |
| 1. Rabatte und sonstige Anreizregelungen | 274 |
| 2. Mindestabnahmeverpflichtungen | 275 |
| 3. Direktbezugsverpflichtungen | 277 |
| 4. Englische Klauseln | 278 |
| 5. Verbot des Vertriebs von Graumarkware und Importvertriebs | 279 |
| 6. Werbeverbot | 280 |
| IV. Spürbarkeit | 280 |
| V. Wettbewerbsverbote als zulässige Nebenabrede | 283 |
| C. Zeitliche Begrenzung von Wettbewerbsverboten | 283 |
| I. Begrenzung auf fünf Jahre, Art. 5 Abs. 1 S. 1 lit. a Vertikal-GVO | 283 |

| | |
|--|------------|
| II. Ausnahme von der Befristung auf fünf Jahre, Art. 5 Abs. 2 Vertikal-GVO | 285 |
| III. Geltungserhaltende Reduktion | 286 |
| D. Nachvertragliche Wettbewerbsverbote, Art. 5 Abs. 1 lit. b, Abs. 3 Vertikal-GVO | 287 |
| E. Individualisierte Wettbewerbsverbote in selektiven Vertriebssystemen, Art. 5 Abs. 1 lit. c Vertikal-GVO | 289 |
| F. Paritätsverpflichtungen, Art. 5 Abs. 1 lit. d Vertikal-GVO | 289 |
| G. Einzelfreistellung von Wettbewerbsverboten und Paritätsverpflichtungen nach Art. 101 Abs. 3 AEUV | 290 |
| H. Rechtsfolgen nicht freigestellter Wettbewerbsverbote | 290 |
| § 14 Entzug der Gruppenfreistellung | 292 |
| A. Entzug der Vertikal-GVO in Einzelfällen, Art. 29 Kartellverfahrens-VO | 292 |
| I. Überblick | 292 |
| II. Voraussetzungen | 293 |
| III. Zuständige Behörden | 293 |
| IV. Verfahren | 294 |
| V. Entscheidung und Rechtsfolgen | 295 |
| B. Nichtanwendung der Vertikal-GVO, Art. 7 Vertikal-GVO | 296 |
| I. Überblick | 296 |
| II. Voraussetzungen | 296 |
| III. Verfahren | 297 |
| IV. Entscheidung und Rechtsfolgen | 297 |
| 3. Kapitel. Besondere Vertriebssysteme | |
| § 15 Agenturvertrieb | 299 |
| A. Einleitung und Überblick | 299 |
| I. Einordnung des Agenturvertriebs | 299 |
| II. Kartellrechtlicher Begriff des Handelsvertreters | 300 |
| III. Anwendbarkeit des Verbots wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen | 301 |
| 1. Beschränkungen der An- und Verkaufsfunktion (Produktmarkt) .. | 301 |
| 2. Beschränkungen der Vermittlungsfunktion (Dienstleistungsmarkt für Vermittlungen) | 301 |
| B. „Echter“ und „unechter“ Handelsvertreter | 302 |
| I. Risikoverteilung | 302 |
| 1. Vertragsspezifische Risiken | 304 |
| 2. Risiken marktspezifischer Investitionen | 306 |
| 3. Risiken in Verbindung mit anderen Tätigkeiten auf demselben Markt | 307 |
| II. Eingliederung | 308 |
| III. Mehrfachvertretung | 309 |
| IV. Doppelprägung | 310 |
| V. Online-Vermittlungsdienste | 313 |
| VI. Kommissionär und Kommissionsagent | 314 |
| C. Wettbewerbsbeschränkungen in Handelsvertreterverträgen | 315 |
| I. Beschränkungen der Verkaufsfunktion von „echten“ und „unechten“ Handelsvertretern | 315 |
| 1. Preis- und Konditionenbindungen | 315 |
| 2. Provisionsweitergabeverbot | 316 |
| 3. Vorbehalt des Internetvertriebs | 317 |
| 4. Gebiets- und Kundengruppenbeschränkungen, Standortbindungen | 318 |

| | |
|---|-----|
| II. Beschränkungen der Vermittlungsfunktion | 318 |
| 1. Exklusivität für den Vertreter: Alleinvertreterklausel | 318 |
| 2. Exklusivität für den Auftraggeber: Wettbewerbsverbot | 318 |
| D. Kollusions- und Haftungsrisiken | 320 |
| I. Handelsvertreter als „Drehscheibe“ für horizontale Absprachen | 320 |
| II. Haftung des Auftraggebers für Kartellverstöße des „echten“ Handelsvertreters | 320 |
| § 16 Alleinvertrieb | 322 |
| A. Begriff, Praxisrelevanz | 322 |
| B. Verbotstatbestand | 323 |
| C. Freistellung | 324 |
| I. Gruppenfreistellung | 324 |
| II. Einzelfreistellung | 325 |
| 1. Relevante Konstellationen | 325 |
| 2. Freistellungsvoraussetzungen | 325 |
| a) Effizienzgewinne | 326 |
| b) Unerlässlichkeit der Wettbewerbsbeschränkung | 327 |
| c) Angemessene Verbraucherbeteiligung | 328 |
| d) Keine Ausschaltung des Wettbewerbs | 328 |
| D. Sonderfälle | 329 |
| I. Alleinvertrieb mit Wettbewerbsverbot | 329 |
| II. Alleinvertrieb mit Direktbezug | 330 |
| III. Alleinvertrieb mit selektivem Vertrieb | 330 |
| IV. Alleinvertrieb mit Großhändlern | 331 |
| V. Alleinvertrieb mehrerer Marken | 331 |
| § 17 Selektiver Vertrieb | 332 |
| A. Grundlagen | 333 |
| I. Definition nach der Vertikal-GVO | 333 |
| II. Typische Organisation selektiver Vertriebssysteme | 334 |
| III. Wirtschaftliche Bedeutung selektiver Vertriebssysteme | 335 |
| IV. Grundsätze zur kartellrechtlichen Bewertung | 336 |
| V. Einseitig vom Lieferanten durchgeführte Selektion | 336 |
| B. Einfache Fachhandelsbindung: Metro-Rechtsprechung | 336 |
| I. Eigenschaften der Produkte | 337 |
| 1. Luxusprodukte | 338 |
| 2. Hochwertige oder erklärungsbedürftige Markenartikel | 338 |
| II. Auswahl der Wiederverkäufer aufgrund objektiver Kriterien qualitativer Art | 339 |
| 1. Erfüllung der Kriterien vor und nach Vertragsschluss | 339 |
| 2. Anerkannte qualitative Kriterien | 339 |
| 3. Quantitative Kriterien mit qualitativem Bezug | 339 |
| III. Willkürfreie Vertriebspolitik | 340 |
| 1. Einheitliche Festlegung und diskriminierungsfreie Anwendung der Kriterien | 340 |
| 2. Vereinzelte Ablehnungen von Petenten | 340 |
| IV. Autorisierungsverfahren | 341 |
| 1. Kein Zwang zur Veröffentlichung der Kriterien | 341 |
| 2. Kein festgelegtes Verfahren für die Entscheidung über die Autorisierung | 341 |
| V. Erforderlichkeit der festgelegten Kriterien | 342 |
| 1. Abhängigkeit der Erforderlichkeit von der Art des jeweiligen Produkts | 342 |

| | |
|---|-----|
| 2. Erforderlichkeit quantitativer Kriterien zur Wahrung einer bestimmten Qualität | 342 |
| VI. Kombination mit Wettbewerbsverbot oder Mindestbezugsmengen .. | 342 |
| C. Qualifizierte Fachhandelsbindung: Spürbarkeit der Wettbewerbsbeschränkung und Freistellungsfähigkeit | 343 |
| I. Spürbarkeit | 343 |
| II. Anwendung der Vertikal-GVO | 344 |
| 1. Weiter Anwendungsbereich der Vertikal-GVO | 344 |
| a) Art der Vertragsprodukte und der Auswahlkriterien | 344 |
| b) Festlegung und Anwendung der Auswahlkriterien | 344 |
| c) Verfahren der Autorisierung unter Berücksichtigung der Gruppenfreistellung | 345 |
| 2. Keine Kernbeschränkungen | 345 |
| a) Generelles | 345 |
| b) Allgemeingültige Kernbeschränkungen | 345 |
| c) Nur für den selektiven Vertrieb geltende Kernbeschränkungen | 347 |
| 3. Keine Beschränkung, Marken bestimmter konkurrierender Anbieter zu verkaufen | 348 |
| 4. Bisher kein GVO-Entzug | 348 |
| III. Einzelfreistellung von wettbewerbsbeschränkenden selektiven Vertriebssystemen | 349 |
| 1. Quantitative Selektion und Marktanteile über 30 % | 349 |
| 2. Bedeutung der Vertikal-GVO und der Vertikal-Leitlinien | 349 |
| 3. Verfahren der Auswahl der zugelassenen Händler | 350 |
| D. Besondere Organisationsformen | 350 |
| I. Mehrschichtige selektive Vertriebssysteme | 350 |
| II. Zentrale oder dezentrale Autorisierung | 351 |
| E. Typische Kriterien in freistellungsfähigen selektiven Vertriebssystemen .. | 351 |
| I. Kriterien zum Verkaufsort | 351 |
| 1. Erfordernis eines Ladengeschäfts | 351 |
| 2. Qualitative Vorgaben für das Ladengeschäft | 352 |
| 3. Qualitative Vorgaben für einen Onlineshop | 352 |
| 4. Umsatzvorgaben für das Ladengeschäft | 353 |
| II. Kriterien zur Warenpräsentation | 353 |
| 1. Allgemeine Kriterien | 353 |
| 2. Besondere Vorgaben für die Präsentation neuer Serien/Kollektionen | 354 |
| III. Kriterien zum Marketing | 354 |
| 1. Marketing und Produktimage | 354 |
| 2. Marketingmaßnahmen der Händler | 354 |
| IV. Kriterien zum Online-Vertrieb | 355 |
| 1. Plattformverbote im Online-Handel | 355 |
| 2. Beschränkung der Nutzung von Preisvergleichsdiensten | 355 |
| 3. Beschränkungen der Markennutzung für Werbung | 355 |
| V. Kriterien zum Kundenservice und After-Sales-Service | 356 |
| 1. Kundenservice | 356 |
| 2. After-Sales-Service | 356 |
| VI. Kriterien zur Lagerhaltung und zur Kundenbelieferung | 356 |
| 1. Warenverfügbarkeit und Liefervorgang | 356 |
| 2. Lagerung und Transport | 356 |
| 3. Volumenbeschränkungen pro Bestellung | 357 |
| 4. Kriterien zu Installationsleistungen | 357 |

| | |
|---|-----|
| VII. Umsatzbezogene Kriterien | 357 |
| 1. Anteil der Vertragsware am Gesamtumsatz des Händlers | 357 |
| 2. Vereinbarung eines Mindestumsatzes | 357 |
| VIII. Händlerbezogene Kriterien | 358 |
| 1. Standortklausel | 358 |
| 2. Spezialisierung des Händlers | 359 |
| 3. Eigenschaften des Händlers | 359 |
| IX. Kriterien zum Schutz des selektiven Vertriebssystems | 359 |
| 1. Verbot des imageschädigenden Verhaltens | 359 |
| 2. Verbot der Entfernung von Hersteller- oder Kontrollnummern ... | 359 |
| F. Möglichkeiten zum Schutz des selektiven Vertriebs | 360 |
| I. Vertragliche Ansprüche | 360 |
| II. Markenrechtliche Unterlassungsansprüche | 361 |
| 1. Keine Erschöpfung des Markenrechts (§ 24 Abs. 1 MarkenG) | 361 |
| 2. Berechtigte Gründe des Markeninhabers (§ 24 Abs. 2 MarkenG) . | 362 |
| a) Ausnutzung der Wertschätzung in unlauterer Weise | 362 |
| b) Täuschung über die Autorisierung | 363 |
| III. Lauterkeitsrechtliche Unterlassungsansprüche | 364 |
| 1. Warenbezug von zugelassenen Händlern | 364 |
| 2. Irreführung | 364 |
| G. Besondere Vertriebssituationen | 365 |
| I. Kündigung einzelner zugelassener Händler | 365 |
| II. Umgestaltung des Vertriebs | 365 |
| H. Rechtsfolgen kartellrechtswidriger selektiver Vertriebssysteme | 366 |
| § 18 Franchising | 367 |
| A. Begriff, Praxisrelevanz | 367 |
| B. Kartellrechtliche Bewertung | 369 |
| I. Wettbewerbsbeschränkung iSv Art. 101 Abs. 1 AEUV/§ 1 GWB ... | 369 |
| II. Ausnahmen vom Kartellverbot | 369 |
| 1. Pronuptia-Rechtsprechung | 369 |
| 2. Selektiver Vertrieb | 370 |
| III. Vertikal-GVO | 371 |
| 1. Anwendungsbereich | 371 |
| 2. Marktanteilsschwelle | 372 |
| 3. Klauselverbote | 373 |
| a) Art. 4 Vertikal-GVO | 373 |
| b) Art. 5 Vertikal-GVO | 373 |
| IV. Einzelfreistellung nach Art. 101 Abs. 3 AEUV | 373 |
| V. Missbrauchsverbot | 374 |
| C. Einzelfragen | 375 |
| I. Know-how-Schutz und Zugang zu Know-how | 375 |
| 1. Definition Know-how | 375 |
| 2. Know-how-Schutz | 376 |
| II. Preisvorgaben | 376 |
| III. Standortbindungen und Standortschutz | 378 |
| IV. Wettbewerbsverbote | 379 |
| 1. Begriff | 379 |
| 2. Wettbewerbsverbote während der Vertragslaufzeit | 379 |
| 3. Nachvertragliche Wettbewerbsverbote | 380 |
| V. Bezugsbindungen | 380 |
| 1. Begriff | 380 |
| 2. Pronuptia-Rechtsprechung | 381 |
| 3. Bezugsbindungen im Übrigen | 381 |

| | |
|--|------------|
| VI. Vorgaben für Ladenlokal/Ausstattung/Werbung | 382 |
| VII. Internetvertrieb | 382 |
| VIII. Informationsaustausch und Systemzugang | 383 |
| 1. Informationsfluss vom Franchisegeber zum Franchisenehmer | 383 |
| 2. Informationsfluss vom Franchisenehmer zum Franchisegeber | 383 |
| a) Informationsaustausch im Vertikalverhältnis | 383 |
| b) Informationsaustausch im dualen Vertrieb | 384 |
| 3. Informationsfluss vom Franchisenehmer zu anderen Franchisenehmern | 385 |
| IX. Gleichbehandlungsansprüche von Franchisenehmern | 385 |
| 1. Gleichbehandlung mit anderen Franchisenehmern | 385 |
| a) Insider-Schutz | 385 |
| b) Outsider-Schutz | 386 |
| c) Kündigungschanke | 386 |
| 2. Gleichbehandlung mit Franchisegeberfilialen im dualen Vertrieb | 386 |
| § 19 Internetvertrieb | 388 |
| A. Einleitung | 388 |
| I. Behandlung des Internetvertriebs vor der Vertikal-GVO 2022 | 389 |
| II. Internetvertrieb und die Vertikal-GVO 2022 | 391 |
| B. Die Kernbeschränkung in Art. 4 lit. e Vertikal-GVO | 392 |
| C. Fragestellungen außerhalb des Art. 4 lit. e Vertikal-GVO | 394 |
| I. Absolute Mindestwerte oder -mengen für stationären Handel | 395 |
| II. Doppelpreissysteme (dual pricing) | 395 |
| III. Anforderungen an den Online-Shop des Händlers | 397 |
| 1. Anschluss reiner Internethändler | 397 |
| 2. Domainname | 398 |
| 3. Verkaufsstelle(n) und Händler-Links | 399 |
| 4. Vorgaben des Lieferanten zur Gestaltung und Optik des Internetauftritts des Händlers | 399 |
| 5. Beratung und Service | 400 |
| 6. Sortimentsbreite und -tiefe, Lagerhaltung | 401 |
| 7. Haushaltsübliche Mengen | 401 |
| IV. Beschränkungen der Nutzung von Online-Marktplätzen, die nicht unter Art. 4 lit. e Vertikal-GVO fallen | 401 |
| 1. Bedeutung von Online-Marktplätzen | 401 |
| 2. Gründe für Nutzungsbeschränkungen | 402 |
| 3. Drittplattformverbote – keine Kernbeschränkung | 402 |
| a) Diskussion vor dem Coty-Urteil | 403 |
| b) Das Coty-Urteil des EuGH | 403 |
| 4. Wettbewerbsbeschränkung, Art. 101 Abs. 1 AEUV/§ 1 GWB | 404 |
| a) Bezweckte Wettbewerbsbeschränkung | 404 |
| b) Bewirkte Wettbewerbsbeschränkung | 404 |
| 5. Einzelfreistellung, Art. 101 Abs. 3 AEUV/§ 2 GWB | 405 |
| V. Beschränkungen der Nutzung von Online-Werbekanälen, die nicht unter Art. 4 lit. e Vertikal-GVO fallen | 406 |
| 1. Zulässige Beschränkungen | 406 |
| 2. Wettbewerbsbeschränkung, Art. 101 Abs. 1 AEUV/§ 1 GWB, insbesondere Preisvergleichsdienste | 407 |
| a) Bezweckte Wettbewerbsbeschränkung | 407 |
| b) Bewirkte Wettbewerbsbeschränkung | 407 |
| 3. Einzelfreistellung, Art. 101 Abs. 3 AEUV/§ 2 GWB | 408 |

| | |
|---|------------|
| VI. Preisbindungen im Internetvertrieb | 408 |
| 1. Mindestwerbepreise | 409 |
| 2. Paritätsklauseln | 410 |
| VII. Exklusivitätsvereinbarungen/Brandgating | 411 |
| § 20 Kfz-Vertrieb | 412 |
| A. Einleitung | 412 |
| B. Vertrieb von neuen Kraftfahrzeugen | 414 |
| I. Marktabgrenzung | 414 |
| 1. Sachliche Marktabgrenzung | 414 |
| a) Marktstufe Hersteller (Importeur) – Vertragshändler | 414 |
| b) Herstellung von Neufahrzeugen | 415 |
| 2. Räumliche Marktabgrenzung | 416 |
| a) Pkw | 416 |
| b) Lkw und Busse | 416 |
| II. Einzelfragen | 416 |
| 1. Selektiver Vertrieb | 416 |
| a) Freistellung durch die Vertikal-GVO | 416 |
| b) Einzelfreistellung gemäß Art. 101 Abs. 3 AEUV | 419 |
| 2. Markenzwang | 420 |
| a) Freistellung durch die Vertikal-GVO | 420 |
| b) Einzelfreistellung gemäß Art. 101 Abs. 3 AEUV | 421 |
| C. Kfz-Anschlussmärkte | 421 |
| I. Marktabgrenzung | 421 |
| 1. Sachliche Marktabgrenzung | 421 |
| a) Markenspezifische Abgrenzung | 421 |
| b) Ressourcenmarkt | 422 |
| 2. Räumliche Marktabgrenzung | 423 |
| II. Kernbeschränkungen nach der Kfz-GVO | 424 |
| 1. Art. 5 lit. a Kfz-GVO | 424 |
| 2. Art. 5 lit. b Kfz-GVO | 424 |
| 3. Art. 5 lit. c Kfz-GVO | 425 |
| III. Kernbeschränkungen nach der Vertikal-GVO | 425 |
| IV. Einzelfragen | 426 |
| 1. Selektiver Vertrieb | 426 |
| a) Freistellung durch die Vertikal-GVO und die Kfz-GVO | 426 |
| b) Tatbestandsreduktion bei rein qualitativer Selektion | 426 |
| c) Einzelfreistellung gemäß Art. 101 Abs. 3 AEUV | 427 |
| 2. Markenzwang | 427 |
| a) Freistellung durch die Vertikal-GVO und die Kfz-GVO | 427 |
| b) Einzelfreistellung gemäß Art. 101 Abs. 3 AEUV | 428 |
| 3. Zugang zu Reparatur- und Wartungsinformationen sowie zu fahrzeuggenerierten Daten | 428 |
| 4. Kapitel. Einzelne Vertriebsvereinbarungen und -praktiken | |
| § 21 Alleinbelieferung | 431 |
| A. Begriff, Praxisrelevanz | 431 |
| B. Verbotstatbestand | 432 |
| C. Freistellung | 432 |
| I. Gruppenfreistellung | 432 |
| II. Einzelfreistellung | 433 |
| 1. Effizienzgewinne | 433 |
| 2. Unerlässlichkeit der Wettbewerbsbeschränkung | 433 |

| | |
|--|-----|
| 3. Angemessene Verbraucherbeteiligung | 433 |
| 4. Keine Ausschaltung des Wettbewerbs | 433 |
| D. Missbrauch von Marktmacht | 434 |
| I. Marktmacht | 434 |
| II. Missbrauch | 434 |
| § 22 Alleinbezug | 436 |
| A. Begriff, Praxisrelevanz | 436 |
| B. Verbotstatbestand | 436 |
| C. Freistellung | 438 |
| I. Gruppenfreistellung | 438 |
| II. Einzelfreistellung | 438 |
| 1. Effizienzgewinne | 438 |
| 2. Unerlässlichkeit der Wettbewerbsbeschränkung | 438 |
| 3. Angemessene Verbraucherbeteiligung | 439 |
| 4. Keine Ausschaltung des Wettbewerbs | 439 |
| D. Missbrauch von Marktmacht | 439 |
| E. Besondere Vertragstypen | 441 |
| I. Bierlieferungsvertrag | 441 |
| II. Tankstellenvertrag | 442 |
| § 23 Allgemeine Geschäftsbedingungen | 443 |
| A. Einleitung | 443 |
| B. Leitbildfunktion des Kartellrechts für die Inhaltskontrolle nach §§ 307 ff. BGB | 447 |
| I. Praktische Relevanz | 447 |
| 1. Relevanz im Rahmen des UWG und des UKlaG | 448 |
| 2. Folgen der Unwirksamkeit einer Klausel für die Wirksamkeit des Vertrages im Übrigen | 449 |
| 3. Zulässigkeit der Berufung auf die Unwirksamkeit der Klausel | 450 |
| 4. Geltungserhaltende Reduktion | 451 |
| II. Meinungsstand zur Leitbildfunktion des Kartellrechts für die Inhaltskontrolle nach § 307 BGB | 451 |
| 1. Rechtsprechung, insbesondere Citroën-Entscheidung des BGH .. | 451 |
| 2. Meinungsstand in der Literatur | 455 |
| 3. Zusammenfassung | 456 |
| III. Differenzierte Leitbildfunktion des Kartellrechts | 457 |
| 1. Allgemeines | 457 |
| 2. Praktische Anwendungsfälle | 459 |
| a) Alleinbezugsverpflichtungen und Mindestabnahmemengen ... | 459 |
| b) Alleinbelieferungsverpflichtungen | 460 |
| c) Kundenkreisbeschränkungen, Änderungsvorbehalte | 460 |
| d) Nachvertragliche Wettbewerbsverbote | 460 |
| § 24 Meistbegünstigungsklauseln/Bestpreisklauseln | 462 |
| A. Überblick | 462 |
| I. Bindungen zulasten des Lieferanten | 462 |
| II. Bindungen zulasten des Abnehmers | 464 |
| B. Form und Inhalt der Bindung | 464 |
| C. Einzelfälle | 464 |
| I. Meistbegünstigungsklauseln zulasten des Lieferanten | 464 |
| 1. Herkömmliche Meistbegünstigungsverpflichtungen | 464 |
| a) Gruppenfreistellung nach der Vertikal-GVO | 465 |
| b) Außerhalb der Gruppenfreistellung | 465 |

| | |
|---|-----|
| 2. Paritätsverpflichtungen im (Online)-Vermittlungsdienstvertrieb ... | 466 |
| a) Gruppenfreistellung nach der Vertikal-GVO | 466 |
| b) Außerhalb der Gruppenfreistellung | 468 |
| II. Bindungen zulasten des Abnehmers | 471 |
| 1. Meistbegünstigung bei der Belieferung mit Waren oder Dienstleistungen | 471 |
| 2. Gewährung der Meistbegünstigung in der nächsten Marktstufe ... | 472 |
| D. Sonderfragen | 473 |
| I. Bindung der Meistbegünstigung an Verkaufspreise konkurrierender Wiederverkäufer | 473 |
| II. Missbrauch von Marktmacht | 473 |
| III. Informationsaustausch | 474 |
| IV. Preisgarantien des Lieferanten | 474 |
| § 25 Category Management | 475 |
| A. Begriff, Praxisrelevanz | 475 |
| B. Grundsätzliche Bewertung | 476 |
| C. Vertikale Wettbewerbsbeschränkungen: Beziehung zwischen Category Captain und Händler | 477 |
| I. Grundsätzliche Anwendbarkeit der Vertikal-GVO | 477 |
| 1. Empfehlungen zur Preisgestaltung | 478 |
| 2. Empfehlungen zur Auswahl und Positionierung der Produktgruppe | 478 |
| 3. Exklusivität zugunsten des Category Captain | 479 |
| II. Bewertung außerhalb der Vertikal-GVO | 479 |
| 1. Abschottungswirkungen | 479 |
| 2. Spürbarkeit | 480 |
| 3. Einzelfreistellung | 480 |
| D. Horizontale Implikationen: Unzulässiger Informationsaustausch zwischen Wettbewerbern | 480 |
| I. Informationsaustausch unter Wettbewerbern (Horizontal-Leitlinien) . | 481 |
| II. Strategische Daten im Category Management | 481 |
| III. Fallgruppen | 482 |
| 1. Informationsaustausch zwischen dem Category Captain und seinen Wettbewerbern | 482 |
| 2. Informationsaustausch zwischen dem Category Captain und den Eigenmarken vertreibenden Händler | 483 |
| 3. Informationsaustausch zwischen dem Händler und seinen Wettbewerbern | 484 |
| E. Marktmachtmisbrauch | 484 |
| I. Marktbeherrschende Stellung des Category Captain | 484 |
| II. Missbräuchliches Verhalten | 485 |
| F. Weitere Verbotsnormen | 485 |
| I. Boykottverbot, § 21 Abs. 1 GWB: Auslistungen | 485 |
| II. Einseitige Preisbindungen, § 21 Abs. 2 GWB | 486 |
| G. Antitrust Compliance Check List | 486 |
| I. Auswahl des Category Captain | 486 |
| II. Bestellung des Category Captain | 486 |
| III. Organisatorische Maßnahmen beim Category Captain | 486 |
| IV. Category Management im Tagesgeschäft | 487 |
| § 26 Dualer Vertrieb | 488 |
| A. Praktische Relevanz und wettbewerbliche Würdigung | 488 |
| B. Informationsaustausch im dualen Vertrieb | 489 |
| C. Präventive Maßnahmen | 491 |

| | |
|--|-----|
| § 27 Geoblocking | 492 |
| A. Einleitung | 492 |
| B. Die Geoblocking-Verordnung | 493 |
| I. Allgemeines | 493 |
| II. Anwendungsbereich | 494 |
| 1. Räumlicher Anwendungsbereich | 494 |
| 2. Persönlicher Anwendungsbereich | 494 |
| a) Geschützter Personenkreis | 494 |
| b) Verpflichteter Personenkreis | 494 |
| 3. Sachlicher Anwendungsbereich | 495 |
| 4. Besonderheiten für immaterialgüterrechtlich geschützte Werke | 495 |
| III. Diskriminierungsverbote der Geoblocking-VO | 496 |
| 1. Sperrung des Zugangs zu Online-Benutzeroberflächen, Art. 3 Geoblocking-VO | 497 |
| a) Tatbestand | 497 |
| b) Praktische Auswirkungen | 498 |
| 2. Verbot der Diskriminierung durch AGB, Art. 4 Geoblocking-VO | 498 |
| a) Verbotstatbestand | 498 |
| b) Nicht herkunftsbezogene Ungleichbehandlung, Art. 4 Abs. 2 Geoblocking-VO | 500 |
| c) Zulässige Ungleichbehandlung | 501 |
| d) Praktische Auswirkungen | 501 |
| e) Sonderproblem: „Flucht aus dem deutschen AGB-Recht“ im unternehmerischen Geschäftsverkehr | 502 |
| 3. Verbot der Diskriminierung im Zusammenhang mit Zahlungsvorgängen, Art. 5 Geoblocking-VO | 502 |
| a) Verbotstatbestand | 502 |
| b) Praktische Auswirkungen | 503 |
| IV. Vereinbarungen über den passiven Verkauf, Art. 6 Geoblocking-VO | 503 |
| V. Sanktionen | 504 |
| VI. Auswirkungen der Geoblocking-VO auf anwendbares Recht und Gerichtsstand | 505 |
| C. Ausblick | 506 |
| § 28 Kopplungsbindungen | 508 |
| A. Begriff, Praxisrelevanz | 508 |
| B. Vereinbarte Kopplungen | 509 |
| I. Verbotstatbestand | 509 |
| 1. Vertrag zwischen Unternehmen | 509 |
| 2. Kopplungstatbestand | 510 |
| 3. Spürbare Wettbewerbsbeschränkung | 511 |
| II. Gruppenfreistellung | 512 |
| III. Einzelfreistellung | 512 |
| C. Missbräuchliche Kopplungen | 512 |
| I. Ausgangslage | 512 |
| II. Marktbeherrschung | 513 |
| III. Wettbewerbswidrige Marktverschließung | 513 |
| 1. Entscheidungspraxis | 513 |
| 2. Prioritätenmitteilung | 514 |
| IV. Rechtfertigung | 514 |
| 1. Handelsbrauch oder sachliche Beziehung | 514 |
| 2. Gesundheitsschutz und Produktsicherheit | 515 |
| 3. Objektiv notwendig oder erhebliche Effizienzvorteile | 515 |
| V. Paketrabatt | 516 |

| | |
|---|------------|
| VI. Leitentscheidungen | 516 |
| 1. EuGH – Hilti | 516 |
| 2. EuG – Google Android | 517 |
| 3. EuG – Tetra Pak II | 518 |
| 4. Kommission – Microsoft (Windows Media Player, Internet Explorer) | 519 |
| 5. Kommission – Rio Tinto Alcan | 520 |
| 6. BGH – Der Oberhammer | 520 |
| 7. OLG Düsseldorf – Stadtwerke Düsseldorf | 521 |
| § 29 Kundenschutz | 523 |
| A. Überblick | 523 |
| I. Interessenlage | 523 |
| II. Offenbarung von Kundendaten | 524 |
| III. Begriffsbestimmung | 524 |
| 1. Kundenschutz im weiten Sinne | 524 |
| 2. Kundenschutz im engen Sinne | 525 |
| 3. Abgrenzung zu Wettbewerbsverboten | 525 |
| 4. Lieferantenschutz | 525 |
| B. Rechtliche Grenzen | 526 |
| I. Kartellverbot | 526 |
| 1. Kundenaufteilung | 526 |
| 2. Kundenschutzklausel als Nebenabrede | 526 |
| a) Sachliche Beschränkung | 526 |
| b) Räumliche Beschränkung | 527 |
| c) Zeitliche Beschränkung | 528 |
| 3. Spürbarkeit und Freistellung | 528 |
| II. Sittenwidrigkeit | 529 |
| C. Ansprüche bei Verletzung der Kundenschutzklausel | 529 |
| I. Ansprüche gegen den Kundenschutzverpflichteten | 529 |
| 1. Vertragsstrafe | 529 |
| 2. Kündigung | 530 |
| 3. Auskunft, Schadensersatz, Unterlassung | 530 |
| II. Ansprüche gegen Dritte | 530 |
| D. Lieferantenschutz | 531 |
| I. Interessenlage | 531 |
| II. Forderung nach Offenlegung | 531 |
| III. Ausgestaltungsvarianten zum Lieferantenschutz | 532 |
| § 30 Lieferverweigerung | 533 |
| A. Einleitung | 533 |
| B. Normadressaten | 535 |
| I. Marktbeherrschende Stellung, § 19 Abs. 1 GWB/Art. 102 AEUV .. | 535 |
| II. Relative Marktmacht, § 20 Abs. 1 S. 1 GWB | 536 |
| 1. Keine ausreichende Gegenmacht des Anspruchstellers | 536 |
| 2. Abhängigkeit | 538 |
| a) Sortimentsbedingte Abhängigkeit | 538 |
| b) Unternehmensbedingte Abhängigkeit | 542 |
| c) Knappheitsbedingte Abhängigkeit | 543 |
| d) Datenbedingte Abhängigkeit | 543 |
| III. Abhängigkeit von Vermittlern auf mehrseitigen Märkten, § 20 Abs. 1 S. 2 GWB (Intermediationsmacht) | 544 |
| C. Tatbestandliches Handeln | 544 |
| I. Behinderungs- und Diskriminierungsverbot | 544 |
| II. Ausmaß der Beeinträchtigung | 544 |

| | |
|---|-----|
| D. Rechtfertigung | 545 |
| I. Interessenabwägung | 545 |
| II. Berücksichtigungsfähige Interessen | 545 |
| 1. Interessen des Normadressaten | 545 |
| 2. Interessen des Anspruchstellers | 546 |
| E. Einzelfragen | 546 |
| I. Europarechtliche Sperre der §§ 19, 20 GWB | 546 |
| II. Keine Belieferungsansprüche bei Verstoß gegen das Kartellverbot ... | 547 |
| III. Kündigung bestehender Verträge | 548 |
| 1. Unternehmensbedingte Abhängigkeit | 548 |
| 2. Sortimentsbedingte Abhängigkeit | 549 |
| IV. Temporäre Lieferverweigerung | 549 |
| § 31 Leistungsentgelte/Zugangsvorauszahlungen/Auslistungen | 550 |
| A. Einleitung | 550 |
| B. Zugangsvorauszahlungen als vertikale Wettbewerbsbeschränkung | 551 |
| I. Unterhalb der Marktanteilsschwellen | 551 |
| II. Oberhalb der Marktanteilsschwellen | 552 |
| 1. Wettbewerbsfördernde Wirkungen von Zugangsvorauszahlungen . | 552 |
| 2. Wettbewerbsbeschränkende Wirkungen von | |
| Zugangsvorauszahlungen | 552 |
| a) Ausschlusswirkungen zu Lasten anderer Händler | 553 |
| b) Ausschlusswirkungen zulasten anderer Lieferanten | 553 |
| c) Verringerung des Wettbewerbs zwischen den Händlern | 553 |
| C. Zugangsvorauszahlungen als Missbrauch von Marktmacht | 553 |
| I. Behinderungs- und Ausbeutungsmissbrauch | 554 |
| II. Anzapfverbot | 554 |
| 1. Auffordern | 555 |
| 2. Sachlich nicht gerechtfertigter Vorteil | 555 |
| D. Zugangsvorauszahlungen als „unfaire“ Handelspraxis | 556 |
| I. Richtlinie über unlautere Handelspraktiken in der Agrar- und | |
| Lebensmittelversorgungskette | 556 |
| II. Grundsätze der Supply Chain Initiative | 557 |
| E. Verdrängungsmissbrauch durch Lieferanten mittels Leistungsentgelten bzw. | |
| Regalplatzentgelten | 558 |
| F. Auslistungen | 558 |
| § 32 Markenlizenzenverträge | 560 |
| A. Markenrechtliche Grundsätze | 561 |
| I. Spannungsverhältnis zwischen Ausschließlichkeit und Wettbewerb .. | 561 |
| II. Funktionen und spezifischer Gegenstand der Marke | 561 |
| III. Einschränkung durch den markenrechtlichen Erschöpfungsgrundsatz | 562 |
| 1. Erschöpfungsgrundsatz | 562 |
| 2. Inverkehrbringen mit Zustimmung des Markeninhabers | 563 |
| B. Beurteilung nach dem Verbot wettbewerbsbeschränkender | |
| Vereinbarungen | 564 |
| I. Abgrenzung zu Markenabgrenzungsvereinbarungen, | |
| Markenübertragungen und Markenspaltungen | 564 |
| II. Differenzierung zwischen Bestand und Ausübung von | |
| Markenrechten | 564 |
| III. Grundsätzliches Verhältnis zwischen Markenrecht, Lizenzvertrag und | |
| Kartellverbot | 566 |
| IV. Regelungen zum erstmaligen Inverkehrbringen der Lizenzprodukte . | 566 |
| V. Anwendung der Zulieferbekanntmachung auf Markenlizenzenverträge . | 568 |

| | |
|---|-----|
| VI. Anwendung der Gruppenfreistellungsverordnungen auf Markenlizenzverträge | 568 |
| 1. Keine Gruppenfreistellung für Verträge mit einer Markenlizenz als Hauptgegenstand | 568 |
| 2. Anwendung der Vertikal-GVO auf Verträge mit Markenlizenz als Begleitbestimmung | 569 |
| VII. Zulässige Klauseln in Markenlizenzverträgen | 570 |
| 1. Qualitätsvorgaben/Qualitätssicherungsklauseln inkl. Kontrollrechte sowie Bezugsbindungen und Vorgaben zum Produktionsortiment | 570 |
| 2. Vertriebsförderungs- und Werbepflichten sowie Vorgaben zur Verpackung | 571 |
| 3. Selektiver Vertrieb | 571 |
| 4. Benutzungsbeschränkungen (fields of use) | 571 |
| 5. Markenbenutzungspflicht | 571 |
| 6. Verpflichtung zur Anbringung von Lizenzvermerken | 572 |
| 7. Verbot der Unterlizenzierung | 572 |
| 8. Verbot der Nutzung der Marke nach Vertragsende | 572 |
| 9. Zeitliche Befristung | 572 |
| 10. Verpflichtung zur Zahlung von Lizenzgebühren | 572 |
| 11. Geheimhaltungspflichten | 573 |
| 12. Meistbegünstigungs-/Paritätsklauseln | 573 |
| VIII. Bedenkliche/unzulässige Klauseln in Markenlizenzverträgen | 573 |
| 1. Preisbindung | 573 |
| 2. Mengen-, insbesondere Höchstmengenbeschränkungen | 573 |
| 3. Ausübungsverbote und -beschränkungen | 574 |
| 4. Kundenschutz | 574 |
| 5. Gebietsausschließlichkeit/Exklusivität | 574 |
| a) Einfache Ausschließlichkeit | 574 |
| b) Ausschließlichkeit gegenüber dem Lizenzgeber | 575 |
| c) Regional begrenzte Lizenzen | 575 |
| d) Import- bzw. Exportbeschränkungen | 575 |
| e) Weitergabe von Gebietsbeschränkungen an Abnehmer | 577 |
| f) Gebietsbeschränkungen außerhalb der EU | 578 |
| 6. Verbot aktiver Absatzförderung außerhalb des Vertragsgebietes ... | 578 |
| 7. Nichtangriffsklauseln | 578 |
| 8. Wettbewerbsverbote | 579 |
| 9. Koppelung | 580 |
| § 33 Online-Handelsplattformen | 581 |
| A. Überblick | 581 |
| B. Plattformen | 582 |
| C. Einordnung von Online-Plattformen als Anbieter | 583 |
| D. Ausschluss von hybriden Plattformen von der Freistellung nach Art. 2 Vertikal-GVO | 587 |
| E. Plattformen als Handelsvertreter | 591 |
| F. Einzelfragen | 592 |
| I. Zulässigkeit von Plattform-Paritätsklauseln | 592 |
| II. Ausgestaltung der Plattform-Nutzung | 594 |
| § 34 Rabattvereinbarungen | 595 |
| A. Einleitung | 595 |
| I. Begriff | 595 |
| II. Rabattarten | 595 |
| III. Kartellrechtliche Regelungen zu Rabatten | 596 |

| | |
|---|------------|
| B. Normadressaten | 597 |
| I. Marktbeherrschende Unternehmen | 597 |
| II. Relativ marktstarke Unternehmen | 598 |
| C. Beschränkte Entscheidungspraxis – Keine klaren Leitlinien | 599 |
| D. Behinderung von Wettbewerbern | 600 |
| I. Behinderung von Wettbewerbern auf der vorgelagerten Marktstufe .. | 601 |
| 1. Unterscheidung nach der Art der Rabatte | 601 |
| a) Wettbewerblich grundsätzlich neutrale Rabatte | 601 |
| b) Rabatte mit möglicher Verdrängungswirkung | 601 |
| c) Rabatte mit wahrscheinlicher Verdrängungswirkung | 601 |
| 2. Prioritätenmitteilungen der Kommission 2008 und 2023 | 602 |
| 3. Bedeutung des As-efficient-competitor Tests | 603 |
| 4. Bewertung einzelner Rabattarten | 607 |
| a) Wettbewerblich grundsätzlich neutrale Rabatte | 607 |
| b) Rabatte mit möglicher Verdrängungswirkung | 609 |
| c) Rabatte mit wahrscheinlicher Verdrängungswirkung | 621 |
| 5. Objektive Rechtfertigung/Effizienzvorteile | 623 |
| II. Behinderung von Wettbewerbern auf der nachgelagerten Marktstufe | 624 |
| III. Sonstige Vorteilsgewährung mit potenzieller Ausschlusswirkung | 626 |
| E. Diskriminierung von Abnehmern | 627 |
| I. Eingriff in den Wettbewerb | 627 |
| II. Kein Maßstab der Gleichpreisigkeit | 627 |
| III. Spürbarkeitsschwelle | 628 |
| IV. AEC-Test | 629 |
| V. Sachliche Rechtfertigung | 629 |
| VI. Fallgruppen | 629 |
| 1. Rabattspreizung | 629 |
| 2. Kundenindividuelle Rabatte | 630 |
| § 35 Unfaire Handelspraktiken | 631 |
| A. Überblick: Unfaire Handelspraktiken zwischen Kartell- und Lauterkeitsrecht | 632 |
| B. Anzapfverbot | 634 |
| I. Entwicklung der Norm | 634 |
| II. Schutzzweck der Norm und Normadressaten | 635 |
| 1. Schutzzweck des GWB | 635 |
| 2. Vertikale Schutzrichtung des Anzapfverbots | 635 |
| 3. Horizontale Ergänzung | 636 |
| 4. Normadressaten | 636 |
| a) Nachfrager und Anbieter als Normadressaten | 636 |
| b) Zurechnungen | 637 |
| III. Marktmachterfordernis | 638 |
| 1. Abhängigkeit | 638 |
| a) Saldierung von Ausweichoptionen | 638 |
| b) Marktbezug der Abhängigkeit | 639 |
| c) Überschreitung von Marktgrenzen | 639 |
| d) Nachfragebedingte Abhängigkeit: Umsatzbedeutung und Gegenmacht-Überlegungen | 640 |
| e) Andere Abhängigkeiten | 641 |
| 2. Marktbeherrschung | 641 |
| IV. Das kontrollierte Verhalten | 641 |
| 1. Auffordern | 641 |
| 2. Vorteil | 642 |
| 3. Kausalität | 643 |

| | |
|---|------------|
| V. Sachliche Rechtfertigung | 643 |
| 1. Interessenabwägung | 643 |
| 2. Unangetastetes Synallagma | 644 |
| 3. Leistungsbündel und Einzelforderungen | 645 |
| 4. Transparenzerfordernis | 646 |
| 5. Gegenleistungen | 646 |
| 6. Grund der Forderung | 647 |
| 7. Funktionsdurchbrechungen (Handelsinvestitionen) | 648 |
| 8. Wettbewerbsbedingte Forderungen | 649 |
| 9. Forderungen mit Verstoß gegen andere Rechtsnormen, insbesondere UWG, AGB- und UTP-Recht | 650 |
| 10. Angemessenheit der Forderung | 651 |
| VI. Rechtsfolgen | 652 |
| 1. Unwirksamkeit | 652 |
| 2. Private Durchsetzung | 652 |
| 3. Behördliche Durchsetzung | 653 |
| VII. Normenkonkurrenz | 653 |
| 1. UWG | 653 |
| 2. UTP-Recht im AgrarOLkG | 654 |
| C. AgrarOLkG – das deutsche UTP-Recht | 654 |
| I. Einführung | 654 |
| 1. Europarechtliche Grundlage | 654 |
| 2. Regelungskonzept | 655 |
| 3. Konkurrenzen | 656 |
| II. Anwendungsbereich | 657 |
| 1. Sachlicher Anwendungsbereich | 657 |
| 2. Persönlicher Anwendungsbereich | 658 |
| a) Käufer | 658 |
| b) Verhandlungsungleichgewicht | 658 |
| III. Per se-Verbote | 660 |
| 1. Zahlungsziele (§ 11 AgrarOLkG) | 660 |
| 2. Rückgabe unverkaufter Ware (§ 12 AgrarOLkG) | 662 |
| 3. Kurzfristige Beendigung von Verträgen (§ 13 AgrarOLkG) | 663 |
| 4. Übertragung von Lagerkosten (§ 14 AgrarOLkG) | 664 |
| 5. Einseitige Vertragsänderungen (§ 15 AgrarOLkG) | 664 |
| 6. Kostenübernahmen durch Lieferanten (§ 16 AgrarOLkG) | 665 |
| a) Kostenübernahme für Qualitätseinbußen und Kundenbeschwerden (§ 16 Abs. 1 AgrarOLkG) | 665 |
| b) Kosten ohne spezifischen Zusammenhang zum Verkauf (§ 16 Abs. 2 AgrarOLkG) | 666 |
| 7. Listungsgebühren (§§ 17, 20 Abs. 1 Nr. 1 AgrarOLkG) | 666 |
| IV. Transparenzgebot | 667 |
| 1. Vereinbarungserfordernis (§ 20) | 667 |
| 2. Zahlungs- und Kostenschätzung (§ 21 AgrarOLkG) | 668 |
| § 36 Untereinstandspreisangebote und Kampfpreise | 669 |
| A. Einführung | 670 |
| I. Ökonomische Bewertung von Niedrigpreis- und Untereinstandspreisstrategien | 670 |
| II. Die rechtliche Erfassung von Niedrig- bzw. Kampfpreisstrategien | 671 |
| 1. Deutsches Kartellrecht | 671 |
| 2. EU-Recht | 671 |

| | |
|--|-----|
| B. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung durch Kampfpreise | 672 |
| I. Deutsches Kartellrecht | 672 |
| II. EU-Kartellrecht | 673 |
| C. Verkauf unter Einstandspreis | 674 |
| I. Sinn und Zweck der Regelbeispiele | 674 |
| 1. Erstes Regelbeispiel (§ 20 Abs. 3 S. 2 Nr. 2 GWB) | 674 |
| 2. Zweites Regelbeispiel (§ 20 Abs. 3 S. 2 Nr. 1 GWB) | 674 |
| II. Entwicklung der Vorschrift | 674 |
| III. Wettbewerbspolitische Bewertung | 675 |
| 1. Strukturschutz | 675 |
| 2. Erforderlichkeit und Nutzen | 676 |
| IV. Praktische Bedeutung | 676 |
| 1. Vorstellung des Gesetzgebers: Vorfeldwirkung | 676 |
| 2. Behördliche Durchsetzung | 676 |
| 3. Private Durchsetzung | 676 |
| D. Normadressatenstellung: Unternehmen mit gegenüber kleinen und mittleren Wettbewerbern überlegener Marktmacht | 676 |
| I. Überlegene Marktmacht | 676 |
| II. Kleine und mittlere Wettbewerber | 677 |
| E. Regelbeispiele für die unbillige Behinderung | 677 |
| I. Bedeutung der Regelbeispiele | 677 |
| II. Einstandspreis | 678 |
| 1. Gesetzliche Definition durch die 9. GWB-Novelle | 678 |
| a) Sinn und Zweck der gesetzlichen Definition | 678 |
| b) Hintergrund und Kritik | 679 |
| 2. Bisherige Konkretisierung durch die Praxis und Übernahme durch die gesetzliche Definition | 679 |
| a) Grundlage in Beschaffungsverträgen | 679 |
| b) Vermutung für die Warenbezogenheit und Preisrelevanz von Konditionen | 680 |
| c) Allgemeine Konditionen | 680 |
| d) Artikel- oder werbeaktionsbezogene Konditionen | 680 |
| e) Vorhersehbarkeit und Bestimmbarkeit | 680 |
| 3. Konzernbetrachtung | 681 |
| 4. Einzelkonditionen | 681 |
| a) Skonto und Rechnungsrabatt | 681 |
| b) Umsatzvergütungen/Jahresboni | 681 |
| c) Verkaufsförderungsvergütungen | 681 |
| d) Eröffnungsgelder | 682 |
| e) Listungsvergütungen | 682 |
| f) Feiertagszuschüsse/Jubiläumszuschüsse | 682 |
| g) Nebenkosten der Beschaffung für Verpackung und Transport | 682 |
| h) Anteilige Gemeinkosten der Beschaffung | 682 |
| 5. Sonderthema: Werbekostenzuschüsse | 682 |
| 6. Weitere Anwendungsfragen | 683 |
| a) Selbst hergestellte Waren und Leistungen | 683 |
| b) Eigenmarken | 684 |
| c) Rechtswidrige Konditionen | 684 |
| III. Lebensmittel (Regelbeispiel Nr. 1) | 684 |
| IV. Waren oder gewerbliche Leistungen (Regelbeispiel Nr. 2) | 685 |
| V. Anbieten | 685 |
| VI. Nicht nur gelegentlich (§ 20 Abs. 3 S. 2 Nr. 2 GWB) | 685 |
| 1. Allgemeines | 685 |

| | |
|---|-----|
| 2. Einzelheiten | 686 |
| a) Zeitdauer | 686 |
| b) Warengruppenbezogene Betrachtung | 686 |
| 3. Marktbezogene Betrachtung | 686 |
| VII. Sachliche Rechtfertigung | 686 |
| 1. Beweislast | 686 |
| 2. Allgemeines | 686 |
| 3. Einzelfragen | 687 |
| a) Einsteigen auf Wettbewerberpreise | 687 |
| b) Beibehalten von Verkaufspreisen bei Einstandspreiserhöhung .. | 688 |
| c) Markteinführungsangebote | 688 |
| d) Artikel-/werbeaktionsbezogene Konditionen | 688 |
| e) Nicht betragsmäßig feststehende Konditionen | 688 |
| f) Sonstiges | 689 |
| 4. Sonderregelung für Lebensmittel | 689 |
| VIII. Gesetzliche Ausnahme für Lebensmittel | 689 |
| IX. Beweiserleichterung | 690 |
| F. Rechtsfolgen | 690 |
| § 37 Vertriebs- und Einkaufskooperationen | 691 |
| A. Einleitung | 692 |
| B. Einkaufskooperationen | 693 |
| I. Relevanz im Vertrieb | 693 |
| II. Abgrenzung gegenüber anderen Kooperationsformen | 693 |
| 1. Internationale Handelsallianzen | 693 |
| 2. Nachhaltigkeitsvereinbarungen | 694 |
| III. Mögliche rechtliche Grenzen | 695 |
| 1. Bildung und Ausgestaltung einer Einkaufskooperation | 695 |
| 2. Konkretes Wirken einer Einkaufskooperation | 696 |
| IV. Bewertung von Einkaufskooperationen nach Art. 101 AEUV, § 1 GWB | 696 |
| 1. Bildung der Kooperation und gemeinsames Verhandeln | 696 |
| a) Bezweckte oder bewirkte Wettbewerbsbeschränkung | 696 |
| b) Freistellung nach Art. 101 Abs. 3 AEUV, § 2 GWB | 700 |
| c) Einkaufskooperationen zwischen KMU | 701 |
| d) Einkaufskooperationen im Agrarsektor | 702 |
| 2. Ausgewählte Problembereiche | 702 |
| a) Absprachen über Bestellstopps und Auslistung | 702 |
| b) Marktaufteilung, Produkt- oder Preisabsprachen | 702 |
| c) Informationsaustausch / Bestwertabgleich | 703 |
| d) Wettbewerbsverbote | 704 |
| e) Bezugsbindungen | 704 |
| V. Bewertung von Einkaufskooperationen nach Art. 102 AEUV, §§ 19, 20 GWB | 705 |
| C. Vertriebskooperationen | 705 |
| I. Relevanz im Vertrieb | 705 |
| II. Abgrenzung gegenüber anderen Kooperationsformen | 705 |
| 1. Vertriebsvereinbarungen | 705 |
| 2. Nachhaltigkeitsvereinbarungen | 706 |
| III. Mögliche rechtliche Grenzen | 707 |
| 1. Bildung und Ausgestaltung der Vertriebskooperation | 707 |
| 2. Wirken der Vertriebskooperation | 708 |

| | |
|--|-----|
| IV. Bewertung von Vertriebskooperationen nach Art. 101 AEUV, § 1 | |
| GWB | 708 |
| 1. Vereinbarungen unter Nichtwettbewerbern | 708 |
| 2. Arbeitsgemeinschaftsgedanke | 708 |
| 3. Bezweckte oder bewirkte Wettbewerbsbeschränkung | 709 |
| a) Bezweckte Wettbewerbsbeschränkungen | 709 |
| b) Bewirkte Wettbewerbsbeschränkungen | 710 |
| 4. Freistellung, Art. 101 Abs. 3 AEUV, § 2 GWB | 711 |
| 5. Sonderfall Vertriebskooperationen zwischen KMU | 712 |
| 6. Vertriebskooperationen im Agrarsektor | 713 |
| 7. Vertriebskooperationen im Verlagsbereich | 713 |
| V. Ausgewählte Problembereiche | 714 |
| 1. Vertrieb über Wettbewerber | 714 |
| 2. Logistikkooperationen | 714 |
| 3. Digitale Vertriebsplattformen | 715 |
| 4. Bieterkonsortien | 716 |
| 5. Informationsaustausch | 717 |
| § 38 Zuliefervereinbarungen | 719 |
| A. Einleitung | 719 |
| I. Definition der Zuliefervereinbarung | 719 |
| II. Abgrenzung zur Auftragsforschung und -entwicklung | 720 |
| III. Abgrenzung zu Lizenzverträgen und OEM-Verträgen | 720 |
| B. Regelungsinhalt der Zulieferbekanntmachung | 720 |
| I. Rechtsnatur | 720 |
| II. Keine Anwendung von Art. 101 Abs. 1 AEUV/§ 1 GWB | 721 |
| 1. Immanenzgedanke | 721 |
| 2. Ausdrücklich für zulässig erklärte Klauseln | 721 |
| III. Anwendungsbereich: Fälle der sog. „verlängerten Werkbank“ | 722 |
| IV. Überlassung von IP, Know-How oder Betriebsmitteln | 722 |
| V. Erforderlichkeitsprüfung | 723 |
| 1. Fehlende Erforderlichkeit nach der Zulieferbekanntmachung | 724 |
| 2. Kfz-Leitlinien | 724 |
| 3. Finanzierung von Betriebsmitteln | 724 |
| 4. Auswirkungen gewandelter Produktionsprozesse | 725 |
| 5. Zusammenfassend: Richtschnur bei Betriebsmittelüberlassung | 725 |
| C. Zuliefervereinbarungen außerhalb der Zulieferbekanntmachung | 726 |
| I. Allgemeine Grundsätze | 726 |
| II. Vertikal-GVO und Kfz-GVO | 726 |
| D. Drittbelieferungsverbote | 727 |
| I. Unzureichende Klauseln | 727 |
| II. Anforderungen an ein wirksames Drittbelieferungsverbot | 727 |
| 1. Transparenz und Bestimmtheit | 728 |
| 2. Differenzierung nach Sachverhalten | 728 |
| a) Von der Zulieferbekanntmachung erfasste Sachverhalte | 728 |
| b) Nicht von der Zulieferbekanntmachung erfasste Sachverhalte | 728 |
| 5. Kapitel. Vertriebskartellrecht im Zivilprozess | |
| § 39 Vertikalvereinbarungen | 731 |
| A. Zuständiges Gericht | 732 |
| I. Internationale Zuständigkeit | 732 |
| 1. Grundsätze | 732 |
| 2. Gerichtsstandsvereinbarung | 732 |

| | |
|---|-----|
| 3. Bestimmung der internationalen Zuständigkeit nach der EuGVVO | 733 |
| 4. Bestimmung der internationalen Zuständigkeit nach der ZPO | 734 |
| II. Zuständigkeit der Landgerichte | 734 |
| 1. Ausschließliche sachliche Zuständigkeit bei kartellrechtlichen und DMA-Streitigkeiten (§ 87 GWB) | 734 |
| a) Anspruch aus Kartellrecht | 735 |
| b) Kartellrechtliche Vorfrage | 736 |
| 2. Örtliche Zuständigkeit, Konzentration (§ 89 GWB) | 738 |
| 3. Funktionale Zuständigkeit | 740 |
| 4. Verfahren bei Unzuständigkeit | 740 |
| a) Kartellsache vor Nicht-Kartellgericht | 740 |
| b) Nicht-Kartellsache vor Kartellgericht | 741 |
| c) Kompetenzkonflikte | 741 |
| 5. Besondere Prozesssituationen | 741 |
| 6. Berufung und Beschwerde | 742 |
| 7. Revision | 744 |
| III. Besonderheiten beim einstweiligen Rechtsschutz | 745 |
| B. Schiedsverfahren | 746 |
| I. Grundsätzliche Zulässigkeit | 746 |
| II. Kartellrechtliche Überprüfbarkeit des Schiedsspruchs | 747 |
| C. Klageverbindung (§ 88 GWB) | 748 |
| I. Allgemeines | 748 |
| II. Verbindung mit Ansprüchen aus UKlaG | 748 |
| III. Nachträgliche Klagehäufung | 749 |
| D. Streitwertanpassung (§ 89a GWB) | 749 |
| E. Einbeziehung der Kartellbehörden | 751 |
| I. Nationale Kartellbehörden (§ 90 GWB) | 751 |
| II. Kommission (§ 90a GWB) | 751 |
| F. Darlegungs- und Beweislast | 752 |
| I. Grundsätzliches | 752 |
| II. Beweislastverteilung nach Kartellverfahrens-VO (VO (EG) Nr. 1/2003) | 753 |
| III. Verteilung der Darlegungs- und Beweislast im Einzelnen | 753 |
| 1. Vertikale Wettbewerbsbeschränkung | 753 |
| 2. Spürbarkeit | 753 |
| 3. Kernbeschränkungen und Rückausnahmen | 754 |
| 4. Freistellung | 755 |
| 5. Schaden | 755 |
| G. Schutz von Geschäftsgeheimnissen | 757 |
| § 40 Belieferungsansprüche | 761 |
| A. Gerichtsstand | 761 |
| B. Darlegungs- und Beweislast | 763 |
| C. Bestimmtheit des Antrags | 763 |
| D. Einstweiliger Rechtsschutz | 764 |
| 6. Kapitel. Vertriebskartellrecht in Österreich und in der Schweiz | |
| § 41 Vertriebskartellrecht in Österreich | 769 |
| A. Einleitung | 770 |
| I. Gesetzlicher Rahmen | 770 |
| 1. Anwendungsbereich des KartG und Verhältnis zum EU-Kartellrecht | 770 |

| | |
|---|-----|
| 2. Kartellverbot nach § 1 KartG bzw. Art. 101 AEUV | 772 |
| 3. Anwendbarkeit von § 5 KartG bzw. Art. 102 AEUV auf vertriebspolitische Maßnahmen | 776 |
| II. Durchsetzungsmechanismen/Zuständigkeit für Kartellsachen in Österreich | 777 |
| B. Vertikal-GVO | 779 |
| I. Einleitung | 779 |
| II. Freistellung und Auslegungshilfe bei Binnensachverhalten | 780 |
| III. Verwaltungspraxis bei Kernbeschränkungen | 781 |
| 1. Verkaufspreisbeschränkungen des Abnehmers | 781 |
| 2. Gebiets- und Kundenbeschränkungen | 784 |
| C. Kfz-Vertrieb | 784 |
| I. Kraftfahrzeugsektor-Schutzgesetz (KraSchG) | 784 |
| II. Ergänzende Schutzbestimmungen im Kartellrecht | 787 |
| D. Einzelne Vertriebsvereinbarungen und -praktiken | 790 |
| I. Bestpreis- und Meistbegünstigungsklauseln | 790 |
| 1. Generelle Beurteilung | 790 |
| 2. Z. 32 Anh UWG (Nationalstaatliches per-se Verbot) | 792 |
| 3. Nationales Diskriminierungsverbot nach § 2 FWBG | 793 |
| 4. § 7 Preisauszeichnungsgesetz | 794 |
| II. Rabattsysteme | 795 |
| 1. Einleitung | 795 |
| 2. Rechtspraxis | 796 |
| E. Sonstige nationale Besonderheiten | 799 |
| I. Relative Marktmacht | 799 |
| 1. Tatbestand | 799 |
| 2. Überragende Marktstellung im Vertikalverhältnis | 799 |
| 3. Relative Marktmacht von Vermittlungsplattformen auf einem mehrseitigen digitalen Markt | 800 |
| 4. Missbrauch einer relativ marktmächtigen Stellung | 801 |
| II. Faire-Wettbewerbsbedingungen-Gesetz (FWBG) | 801 |
| 1. Einleitung | 801 |
| 2. Unerlaubte Verhaltensweisen | 803 |
| a) Verbot des Verstoßes gegen das kaufmännische Wohlverhalten (§ 1 Abs. 1 FWBG) | 803 |
| b) Diskriminierungsverbot (§ 2 FWBG) | 804 |
| c) Kontrahierungszwang (§ 4 Abs. 1 S. 2 FWBG) | 805 |
| d) Verbot unlauterer Handelspraktiken im Agrar- und Lebensmittelbereich (§ 5c Abs. 1 FWBG) | 806 |
| F. Rechtsfolgen | 808 |
| I. Verfahren vor dem Kartellgericht: Abstellung und Feststellung eines Verstoßes, Geldbußen | 808 |
| II. Verstöße gegen das FWBG | 809 |
| III. Schadenersatz | 811 |
| IV. Nichtigkeit | 811 |
| V. Kartellrechtswidriges Verhalten als Verstoß gegen § 1 UWG („Rechtsbruch“) | 812 |
| § 42 Vertriebskartellrecht in der Schweiz | 814 |
| A. Einleitung | 814 |
| I. Überblick zur Gesetzgebung im Bereich des Vertriebskartellrechts und zum System des Schweizer (Vertriebs-)Kartellrechts | 814 |
| II. Einfluss des EU-Kartellrechts | 819 |
| III. Durchsetzungsmechanismus und Zuständigkeiten | 820 |

| | |
|---|-----|
| B. Die Schweizer Vertikalbekanntmachung | 821 |
| I. Das System der Vertikalbekanntmachung | 821 |
| II. Revision der Vertikalbekanntmachung zum 1.1.2023 | 823 |
| C. Regelung verschiedener Vertriebssysteme | 824 |
| I. Alleinvertrieb | 824 |
| II. Selektiver Vertrieb | 825 |
| III. Agenturvertrieb | 826 |
| IV. Kraftfahrzeuge | 827 |
| D. Ausgewählte Vertriebsvereinbarungen und -praktiken | 829 |
| I. Preisbindungen | 829 |
| II. Preisempfehlungen | 830 |
| III. Gebietsbeschränkungen | 833 |
| IV. Wettbewerbsverbote und andere Bezugs- oder Belieferungsverpflichtungen | 835 |
| V. Dualer Vertrieb | 836 |
| VI. Onlinevertrieb | 837 |
| VII. Paritäts- und Meistbegünstigungsklauseln | 839 |
| E. Sonstige Besonderheiten | 840 |
| I. Relative Marktmacht | 840 |
| II. Geoblocking | 842 |
| III. Verhältnis zwischen Immaterialgüterrecht und Kartellrecht | 843 |
| IV. Reichweite des Konzernprivilegs | 843 |
| F. Rechtsfolgen eines Kartellrechtsverstoßes | 844 |
| I. Verwaltungsrechtliche Rechtsfolgen | 844 |
| II. Zivilrechtliche Rechtsfolgen | 846 |
| III. Strafrechtliche Rechtsfolgen | 847 |
| Sachverzeichnis | 849 |