

**Aspekte erfolgreicher Vertriebsorganisationen  
aus rechtlicher Sicht**

## I. Vertriebsformen

### 1. Direkter Vertrieb

- ➔ Außendienstorganisationen
- ➔ Ladengeschäfte
- ➔ Online-Shops
- ➔ Telefonverkauf
- ➔ Katalogverkauf

## 2. Indirekter Vertrieb

### – Handelsvertreter-, Agentursysteme

(im fremden Namen auf fremde Rechnung; Provision; Aufwendungsersatz; Absatzrisiko, geschäftsspezifische Risiken und Investitionen – z.B. in Absatzförderungsmaßnahmen oder im eigenen Kundendienst – dürfen nicht übernommen werden)

➡ **Kurze Kündigungsfristen:** 1 bis max. 6 Monate

➡ **Risiko:** Anspruch auf **Abfindung**

➡ **Beachten Sie:** Nachvertragliche Wettbewerbsverbote nur bei angemessener Ausgleichszahlung

– **Vertriebsorganisationen/Vertragshändlersysteme:**

➔ **u.a. selektive Vertriebssysteme,**

d.h. Vertrieb nur über ausgewählte Händler, die nach bestimmten Merkmalen ausgewählt wurden und die ggf. weiteren „Beschränkungen“ im Hinblick auf den Vertrieb unterliegen

➔ **Kommissionssysteme** (im eigenen Namen auf fremde Rechnung)

➔ **Franchise-Systeme** (stärkere Einbindung; straffes Organisations- und Marketingkonzept; im eigenen Namen auf eigene Rechnung)

**3. Weitere Vertriebsarten:**

- **Multilevel-Vertrieb/ Strukturvertrieb**



- Vertrieb über Mitgliedschaft in einer **Genossenschaft**



**II. Kartellrechtliche Besonderheiten  
selektiver Vertriebssysteme**

**1. Kartellrechtlicher Grundsatz**

- **Schutz vor Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs**

**Alle das Funktionieren der Märkte verhindernden oder auch nur störenden Verabredungen/Vorgaben will das Kartellrecht untersagen.**

## **2. Zulässigkeit selektiver Vertriebssysteme/Vertikal-GVO**

**Hersteller dürfen ihre Händler nach bestimmten Kriterien auswählen und Qualitätsanforderungen aufstellen.**

### **a) Qualitativer Selektivvertrieb:**

Auswahl der Händler nach objektiven Kriterien, die sich nach Anforderungen des Produkts etc. richten.

➡ Ausgestaltung darf aber u.a. nicht zum Zwecke der Kontrolle des Preiswettbewerbs erfolgen.

### **b) Quantitativer Selektivvertrieb:**

➡ die Anzahl der Händler wird beschränkt;

➡ nur zulässig, wenn **30 % Marktanteil** nicht überschritten wird.



**3. Unzulässigkeit „Schwarzer Klauseln“, Art. 4 Vertikal-GVO, § 2 GWB**


- Preisbindungen
- Gebietsbeschränkung
- Beschränkung des aktiven oder passiven Verkaufs an Endverbraucher durch auf der Einzelhandelsstufe tätige Mitglieder des Systems
- Beschränkung von Querlieferungen zwischen Händlern innerhalb des selektiven Vertriebssystems

#### 4. Einzelbeispiele

##### a) Unzulässigkeit von Preisfestsetzungen

Das Verbot bezieht sich auf alle preisbildenden Faktoren:


z.B. Festlegung von Gewinnspannen, Rabatten, Skonti etc.

 **Aber:** Festsetzung von **Höchstverkaufspreisen** und Abgabe von **Preisempfehlungen** sind grds. zulässig, sofern sich diese nicht infolge der Ausübung von Druck oder der Gewährung von Anreizen durch eines der beteiligten Unternehmen **tatsächlich wie Fest- oder Mindestverkaufspreise auswirken!**

## **b) Gebietsschutz/Kundengruppen**

Zulässig sind grds:

- Beschränkungen des Händlers in Bezug auf den **Ort seiner Niederlassung**
- Beschränkung des **aktiven Verkaufs** in Gebiete oder an Kundengruppen, die der Anbieter sich selbst vorbehalten oder ausschließlich einem anderen Abnehmer zugewiesen hat
- Marktanteil darf grds. 30 % nicht übersteigen

 **Aber:** Keine Beschränkung des sogenannten „**passiven Verkaufs**“, d.h. auf Anfragen außerhalb des zugewiesenen Gebietes darf reagiert werden.

**c) Weitere Möglichkeiten**

Zulässig sind grds:

- Untersagung des Verkaufs konkurrierender Produkte aller Hersteller (aber nicht hinsichtlich nur eines Konkurrenten)

**c) Weitere Möglichkeiten**

Zulässig sind grds:

- Untersagung des Verkaufs konkurrierender Produkte aller Hersteller (aber nicht hinsichtlich nur eines Konkurrenten)
- Untersagung des Verkaufs an nicht zugelassene Händler innerhalb des gesamten Vertriebsgebietes

**c) Weitere Möglichkeiten**

Zulässig sind grds:

- Untersagung des Verkaufs konkurrierender Produkte aller Hersteller (aber nicht hinsichtlich nur eines Konkurrenten)
- Untersagung des Verkaufs an nicht zugelassene Händler innerhalb des gesamten Vertriebsgebietes
- Untersagung gegenüber Händlern auf der Großhandelsstufe, den Verkauf an Endverbraucher vorzunehmen

**c) Weitere Möglichkeiten**

Zulässig sind grds:

- Untersagung des Verkaufs konkurrierender Produkte aller Hersteller (aber nicht hinsichtlich nur eines Konkurrenten)
- Untersagung des Verkaufs an nicht zugelassene Händler innerhalb des gesamten Vertriebsgebietes
- Untersagung gegenüber Händlern auf der Großhandelsstufe, den Verkauf an Endverbraucher vorzunehmen
- Untersagung der Belieferung von Teilen, die zur Weiterverarbeitung verwendet werden, an Kunden, die diese Teile für gleiche Ware weiterverarbeiten würden

### **c) Weitere Möglichkeiten**

Zulässig sind grds:

- Untersagung des Verkaufs konkurrierender Produkte aller Hersteller (aber nicht hinsichtlich nur eines Konkurrenten)
- Untersagung des Verkaufs an nicht zugelassene Händler innerhalb des gesamten Vertriebsgebietes
- Untersagung gegenüber Händlern auf der Großhandelsstufe, den Verkauf an Endverbraucher vorzunehmen
- Untersagung der Belieferung von Teilen, die zur Weiterverarbeitung verwendet werden, an Kunden, die diese Teile für gleiche Ware weiterverarbeiten würden
- Marktanteil darf grds. 30 % nicht übersteigen



**d) Anreize durch Rabattstaffeln:**

Hersteller gewährt Großhändler neben einem Grundrabatt einen Zusatzrabatt für diejenigen Umsätze, die dieser mit einem stationären Facheinzelhändler tätigt, der über geschultes Personal zur Kundenberatung verfügt. Bei Verkäufen z.B. an einen Internethändler wird dieser Zusatzrabatt nicht eingeräumt.

**OLG Düsseldorf, 2013, – Badarmaturen:**

- **schwerwiegende Wettbewerbsbeschränkung**

**e) Bezugsverpflichtungen**

Eine wettbewerbsbeschränkende Vorgabe liegt bereits dann vor, wenn der Händler mehr als 80 % seines Gesamtbezugs an Waren vom Anbieter zu beziehen verpflichtet ist, und ist daher:

- nur für eine Dauer von bis zu 5 Jahren zulässig.
- Der Marktanteil darf 30 % nicht übersteigen.

**f) Wettbewerbsverbote**

- Während der Vertragsdauer sind solche Wettbewerbsverbote grds. bis zu **5 Jahren** zulässig.
- Nachvertraglich jedoch nur bis zu **1 Jahr**, sofern die Verpflichtung unerlässlich ist, das übertragene Know-how zu schützen. Das Verbot darf sich nur auf die in der Vertragslaufzeit genutzten Verkaufsstätten des Abnehmers beschränken.
- Der Marktanteil darf grds. 30 % nicht übersteigen.

**g) Beschränkung zum Online-Vertrieb**



Untersagung der Nutzung von eBay und Amazon sowie Unterstützung einer Preisvergleichsmaschine; Ausdifferenziertes Händlersystem mit Zuweisung unterschiedlicher Produktsortimente mit Bindung der Händler auch bei Querlieferungsverboten an andere zugelassene Händler:

**Bundeskartellamt 2014:**

- schwerwiegende Wettbewerbsbeschränkungen
- Unternehmen stellten ihr System freiwillig um

## **5. Rechtsfolgen von Verstößen**

### **– Bußgeld durch die Kartellbehörden:**

- bis zu EUR 1.000.000,00 € bzw.
- bei Unternehmen oder Unternehmensvereinigungen in Höhe von 10 % des erzielten Gesamtjahresumsatzes

### **– Zivilrechtliche Wirkung:**

- Nichtigkeit der gesamten Vereinbarung bei Verstoß gegen eine „schwarze Klausel“ oder Teilnichtigkeit;
- Schadensersatz