

- Whitepaper -

## Die Vertikal-GVO

Version | Stand: 1.0 | 03.10.2022

Ansprechpartner: Eva Behling ✉ [eva.behling@bevh.org](mailto:eva.behling@bevh.org) ☎ 0160 90586102

---

**Für viele ist Kartellrecht ein Buch mit sieben Siegeln. Es gibt vor, welche Regelungen bei Geschäftsbeziehungen unlauter sind. Die Grundregeln sind dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen geregelt. Speziell für das Vertragsverhältnis zwischen Hersteller/ Lieferant und Einzelhändler finden sich ergänzend weitere Regelungen in der EU Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung (VertikalGVO). Die Vertikal-GVO wird im regelmäßigen Abstand von 10 Jahren überprüft und den aktuellen wirtschaftlichen Bedingungen und Bedürfnissen angepasst. Dieses basic Paier soll einen kurzen Überblick über die Neuerungen geben, die zum 01.07.2022 in Kraft getreten sind. Es ersetzt jedoch keine Beratung im Einzelfall.**

---

Grundsätzlich verbietet Art. 101 Abs. 1 AEUV Vereinbarungen zwischen Unternehmen auf unterschiedlichen Vertriebssebenen, die den Wettbewerb beschränken. Art. 101 Abs. 3 AEUV hingegen sieht Ausnahmemöglichkeiten vor, wenn die Vereinbarungen zur Verbesserung der Warenerzeugung, Beteiligung der Verbraucher am Gewinn oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts beitragen.

Diese Ausnahmeregelung in Art. 101 Abs. 3 AEUV wird in der EU-Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung (VertikalGVO) konkretisiert. Die Vertikal-GVO wird in regelmäßigen Abständen (etwa alle 10 Jahre) überarbeitet und aktualisiert. Die letzte Überarbeitung wurde letztes Jahr abgeschlossen und ist seit dem 01.07.2022 in Kraft. Sie beinhaltet eine Übergangsregelung für bereits bestehende Vertragsbeziehungen bis zum 31.05.2023. Ab da an müssen auch bereits bestehende Verträge mit den neuen Regelungen der VertikalGVO in Einklang sein.

Das „safe-harbour-Prinzip“ der VertikalGVO gilt grundsätzlich nur unter folgenden Voraussetzungen:

1. Die betroffenen Akteure dürfen 30% des Marktanteils nicht überschreiten

2. Die Akteure dürfen keine Wettbewerber sein. Allerdings gelten hier Privilegien für Hersteller, Großhändler und Importeure, die selbst im dualen Vertrieb Waren verkaufen.
3. Es darf keine Kernbeschränkung vorliegen. Kernbeschränkungen sind in den sog. Schwarzen Klauseln in der Vertikal-GVO aufgelistet. Die in den schwarzen Klauseln geregelten Absprachen sind per se verboten.

Hier eine grobe erste Übersicht der wesentlichen Änderungen für den Onlinehandel:

#### 1. Ausweitung auch auf Großhändler

Bisher galt die Vertikal-GVO nur zwischen Hersteller und Einzelhändler. Nunmehr findet die Vertikal-GVO auch Anwendung im Verhältnis Großhändler zu Einzelhändler und zwar auch dann, wenn der Großhändler selbst einen dualen Vertrieb hat, also Ware beispielsweise über einen eigenen Onlineshop direkt verkauft. Entscheidend ist, dass kein Wettbewerbsverhältnis auf der vorgelagerten Stufe besteht.

#### 4. Notwendiger Informationsaustausch

Im Rahmen des Vertragsverhältnisses dürfen nur solche Informationen ausgetauscht werden, die unbedingt erforderlich sind. Beispielsweise darf der Händler dem Hersteller die Absatzzahlen nennen, damit dieser seine Produktion besser planen kann. Problematisch hingegen ist die Weitergabe von Informationen zu Preisen: unkritisch sind ehemalige Preise oder POS-Report zwecks Verbesserung der Produktion. Problematisch sind aber Informationen zu aktuellen und zukünftigen Preisen. Denn bei einem dualen Vertriebsmodell könnten Hersteller von dieser Kenntnis profitieren. In Ausnahmefällen ist ein Informationsaustausch dzau möglich bspw. für besondere Spezifikationen, Sonderkonditionen, Garantie- und pre-/after-sales Services, Umsetzung von Selektiv- und Alleinvertriebssystemen

Grundsätzlich sollten Händler die Notwendigkeit solcher Informationsanfragen durch den Hersteller kritisch hinterfragen und Maßnahmen wie Aggregation, verzögerte Meldung oder ring-fencing überlegen.

#### Bestpreisklausel

Außerdem eingeführt wurde eine Klausel zu Bestpreisen. Die sog. enge Bestpreisklausel sieht vor, dass Plattformbetreiber Händlern verbieten dürfen, günstigere Preise auf der eigenen Webseite anzubieten. Hingegen darf eine Plattform keine Vorgaben dazu machen, wie der Händler seine Preise auf anderen Plattformen ausgestaltet.

## 5. Vertriebsmodelle

Bezüglich der Vertriebsmodelle sieht das Kartellrecht allgemein drei Konstellationen von aktivem Vertrieb vor:

- Selektiver Vertrieb: der Hersteller wählt eine bestimmte Gruppe an Vertreibern aus. Nicht-autorisierte Händler sind damit vollständig vom Vertrieb ausgeschlossen. Die Auswahlkriterien sind dabei dem Hersteller frei überlassen (bspw. Ruf des Händlers, die Darstellung der Produkte, etc).
- Exklusiver Vertrieb: Der Hersteller kann den Vertrieb in Kundengruppen, oder Gebiete aufteilen (quasi Bierhändler, die sich Stadion aufteilen). Neu ist nun die geteilte Exklusivität: Hersteller dürfen den exklusiven Vertrieb nun auf fünf Abnehmer aufteilen. Dabei darf der Hersteller auch sich selbst als Wettbewerber ein Gebiet oder eine Kundengruppe vorbehalten. Zudem kann ein Hersteller künftig von seinen Exklusiv-Händlern verlangen, dass diese das Verbot des aktiven Verkaufs in andere Alleinvertriebsgebiete an ihre „Direktkunden“ weiterreichen. Derartige Beschränkungen der „zweiten Abnehmerstufe“ waren nach der vorherigen Regelung noch strikt untersagt.
- Offener Vertrieb (nicht explizit erwähnt): Hierbei gibt der Hersteller keinerlei aktive Verkaufsbeschränkungen vor. Trotzdem sind aber Beschränkungen möglich, z.B. Wettbewerbsverbote, Standortregelungen

Diese Vertriebsmodelle beziehen sich immer auf den aktiven Vertrieb – eine Webseite in Landessprache oder domain-Endung (beispielsweise .fr) ist bereits aktiver Vertrieb in dem jeweiligen Land. Der passive Vertrieb (beispielsweise ein Franzose, der in einem deutschen Shop bestellt) ist davon nicht umfasst.

## 6. Spielräume beim Online-Vertrieb

In Art. 4 lit. e der VertikalGVO wurde nun explizit aufgenommen, dass die Verhinderung der wirksamen Nutzung des Internets zum Verkauf der Vertragswaren oder -dienstleistungen durch den Abnehmer oder seine Kunden unzulässig ist. In der Gesamtschau darf eine vertraglich vorgesehene Einschränkung also keine Kernbeschränkung sein. Demgegenüber sind andere Beschränkungen des Online-Verkaufs oder Beschränkungen der Online-Werbung, die nicht darauf abzielen, die Nutzung eines ganzen Online-Werbekanals zu verhindern, möglich. Sprich: Hersteller dürfen Händlern verbieten, die Produkte über Onlineplattformen weiterzuverkaufen. Unter die VertikalGVO fallen somit Beschränkungen der Online-Werbung wie bspw. das Verbot der Nutzung einer bestimmten Preisvergleichs- oder Suchmaschine. Der Hersteller darf Qualitätsanforderungen an die Online-Werbekanäle stellen (vgl. Coty-Urteil).

Nicht unter die VertikalGVO fällt hingegen das Verbot der Nutzung bestimmter Arten von Online-Werbekanäle wie bspw. Preisvergleichs- oder Suchmaschinen als solchen.

## Dual Pricing

Die VertikalGVO sieht nun vor, dass Dual Pricing (also unterschiedliche Großhandelspreise abhängig vom jeweiligen Vertriebskanal) im Einzelfall zulässig ist, sofern die Differenzierung im angemessenen Verhältnis den Unterschied bei den Investitionen und Kosten der jeweiligen Vertriebskanäle widerspiegelt. Das Dual Pricing wird bspw. durch nachträgliche Abrechnung am Quartal oder Jahresende berücksichtigt werden

EU-Leitlinien zur VertikalGVO können hier auf deutsch [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022XC0630\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022XC0630(01)) und hier in anderen Sprachen aufgerufen werden.

Die EU hat ergänzende „explanatory notes“ geschrieben, die (nur auf englisch) hier aufgerufen werden können: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022XC0630\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022XC0630(01))

Im Gesetzgebungsprozess haben wir einzelne der Neuerungen heftig kritisiert, da eine unverhältnismäßige Einschränkung für Händler zu befürchten ist. Die EU hat angekündigt, Anpassungen vorzunehmen, wenn sich diese Befürchtungen in der Praxis bewahrheiten und Hersteller ihre Vertragspartner tatsächlich stark einschränken sollten. Aus diesem Grund hat unser europäischer Dachverband ECommerce Europe eine Landingpage zur VertikalGVO erstellt, auf der Händler ihre Fälle melden können. Diese Meldungen sind für die politische Arbeit des bevh und ECommerce Europe und die weitere Überarbeitung der VertikalGVO hilfreich. Sollten Sie also Einschränkungen durch Ihre Lieferanten erfahren, melden Sie dies bitte über [www.think-omnichannel.eu/de/](http://www.think-omnichannel.eu/de/)

Weitere Informationen zur VertikalGVO können Sie morgen im Härting-Webinar erfahren. Details und den Link zur Anmeldung finden Sie unten.