



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Wettbewerbskommission WEKO
Commission de la concurrence COMCO
Commissione della concorrenza COMCO
Competition Commission COMCO

Veranstaltung «E-Commerce Cross-Border – Der Preis ist heiß im Online-Handel»

**Online-Handel – ausgewählte Aspekte aus der Praxis der
schweizerischen Wettbewerbsbehörden**

Bühlmann Rechtsanwälte AG, Zürich und Härting Rechtsanwälte, Berlin

Kenji Izumi, Rechtsanwalt, Referent im Sekretariat der Wettbewerbskommission, 21. August 2013



I. Kartellgesetz – Wettbewerbsbehörden

1. Drei-Säulen-Struktur

2. Sekretariat – Wettbewerbskommission (WEKO)

3. Verfahrenstypen (ausgenommen Fusionskontrolle)

II. Einschränkungen des Online-Handels im Lichte des Schweizer Kartellgesetzes

1. Grundsätzlich

2. Im Rahmen von selektiven Vertriebssystemen

3. Bedeutung der europäischen Vertikal-GVO und der Leitlinien für die Schweiz

III. Aktuelle Beobachtungen/Entwicklungen/Fragen

1. Kombination von Systemen / kumulative Auswirkungen von Vertriebsnetzen

2. Einschränkungen des Online-Handels zum Schutz des Verkaufspreisniveaus

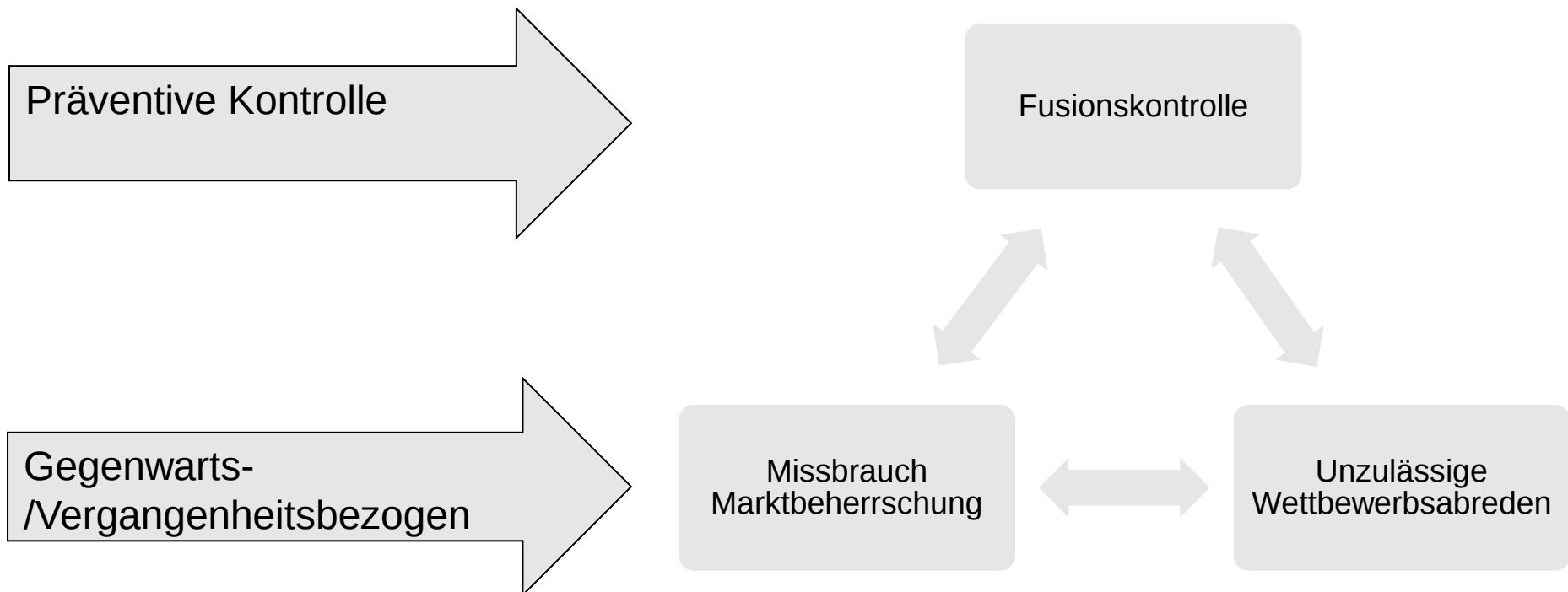
3. Qualitäts-/Imageschutz vs. Verkaufspreise

IV. Lösungsansätze für Hersteller/Importeure



I. Kartellgesetz – Wettbewerbsbehörden (1)

Drei-Säulen-Struktur



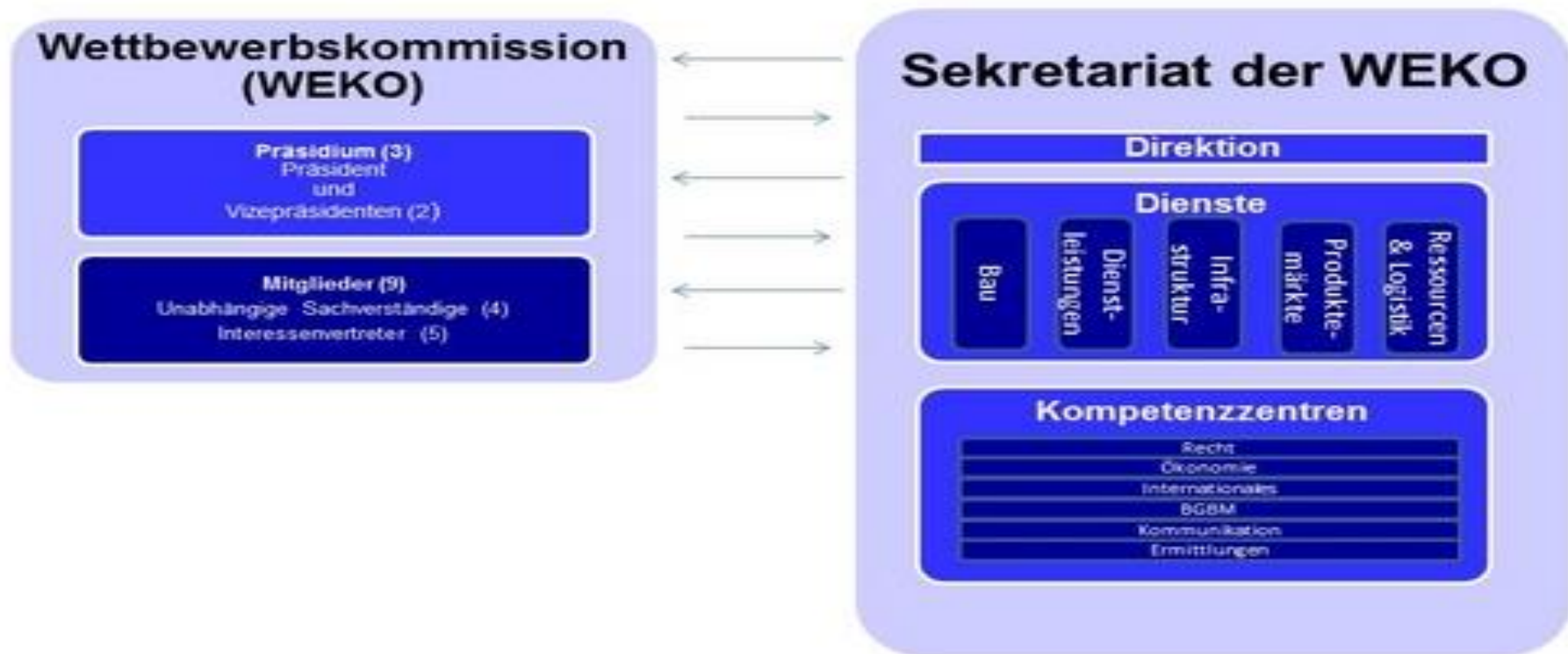


Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Wettbewerbskommission WEKO
Commission de la concurrence COMCO
Commissione della concorrenza COMCO
Competition Commission COMCO

I. Kartellgesetz – Wettbewerbsbehörden (2)

Sekretariat – Wettbewerbskommission (WEKO)





I. Kartellgesetz – Wettbewerbsbehörden (3)

Verfahrenstypen (ausgenommen Fusionskontrolle)

«klassische» Kartellverfahren



andere Verfahren / Dienstleistungen





II. Einschränkungen des Online-Handels im Lichte des Kartellgesetzes (1)

Grundsätzlich

- **Grundlagen:** Kartellgesetz (Kartellgesetz, KG; SR 251), Vertikalbekanntmachung der WEKO (VertBek)
- **Ziffer 2 VertBek: Aktiver Verkauf** ist die aktive Ansprache einzelner Kunden aus einem Gebiet, das der Anbieter sich selbst vorbehalten oder ausschliesslich einem anderen Händler zugewiesen hat.
- **Ziffer 3 VertBek: Passiver Verkauf** ist die Erfüllung unaufgeforderter Bestellungen einzelner Kunden aus einem Gebiet, das der Anbieter sich selbst vorbehalten oder ausschliesslich einem anderen Händler zugewiesen hat.
- **Ziffer 3 VertBek:** Internetverkäufe gelten grundsätzlich als passive Verkäufe
- **Ziffer 12 VertBek:**
 - (1) Passivverkäufe dürfen grundsätzlich nicht untersagt werden
 - (2) In selektiven Vertriebssystemen dürfen weder aktive noch passive Verkäufe untersagt werden.

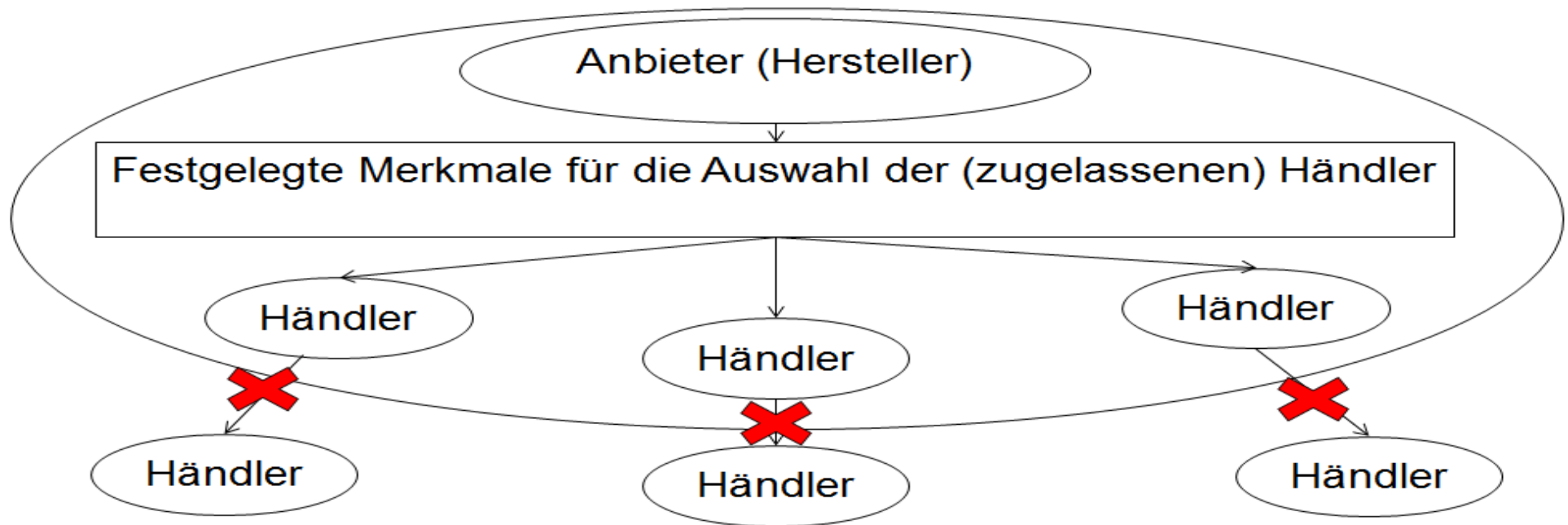
«[...] möchte die WEKO hervorheben, dass sie dem Vertriebskanal Internet eine hohe Bedeutung zumisst: Grundsätzlich müssen Verkäufe über das Internet möglich sein. Beschränkungen derselben werden nur ausnahmsweise und unter sehr restriktiven Bedingungen als zulässig erachtet.[...]»



II. Einschränkungen des Online-Handels im Lichte des Kartellgesetzes (2)

Im Rahmen von selektiven Vertriebssystemen

Definition

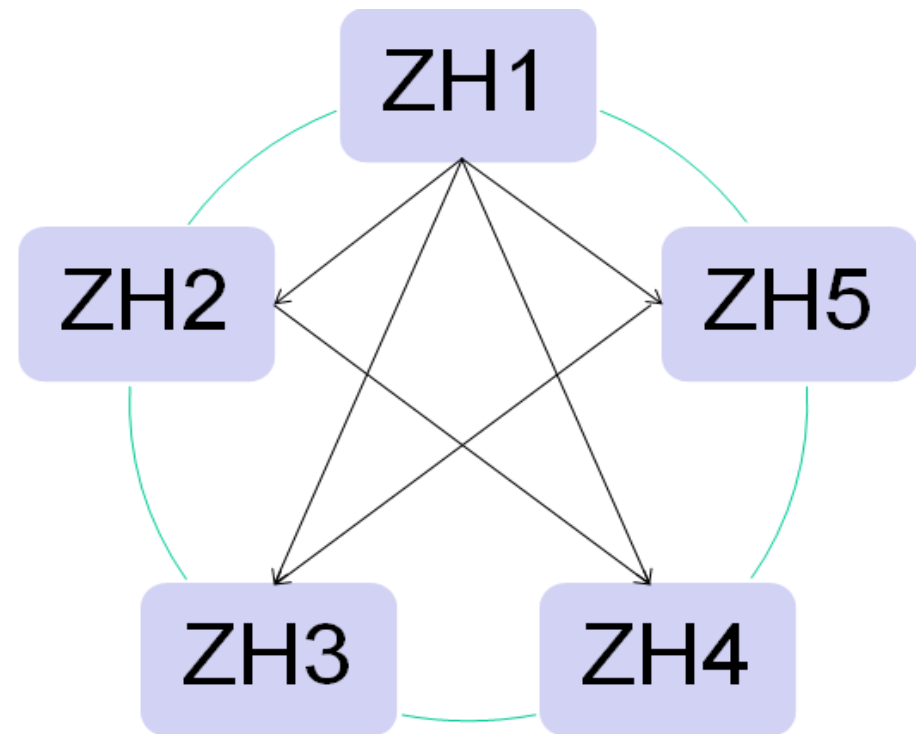




II. Einschränkungen des Online-Handels im Lichte des Kartellgesetzes (3)

Im Rahmen von selektiven Vertriebssystemen

- (1) Selektive Vertriebssysteme dürfen **keine «schwarzen Klauseln»** enthalten (PB 2. Hand, absoluter Gebietsschutz)
- (2) **Aktive und passive Verkäufe** müssen immer zulässig sein
- (3) Keine Beschränkung von **Querlieferungen** zwischen Händlern innerhalb eines selektiven Vertriebssystems
- (4) Keine Einschränkung von **Mehrmarkenvertrieb**, welche sich gezielt auf Marken konkurrierender Anbieter beziehen





II. Einschränkungen des Online-Handels im Lichte des Kartellgesetzes (4)

Bedeutung der europäischen Vertikal-GVO und der Leitlinien für die Schweiz

➤ Grundlagen

(1) Verordnung (EU) Nr. 330/2010 der Europäischen Kommission vom 20. April 2010 über die Anwendung von Artikel 101 Absatz 3 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen (**Vertikal-GVO**)

(2) Leitlinien für vertikale Beschränkungen (2010/C 130/01; **Leitlinien**)

➤ Bedeutung für die Schweiz

(1) VertBek lehnt sich an die Vert-GVO und die Leitlinien an

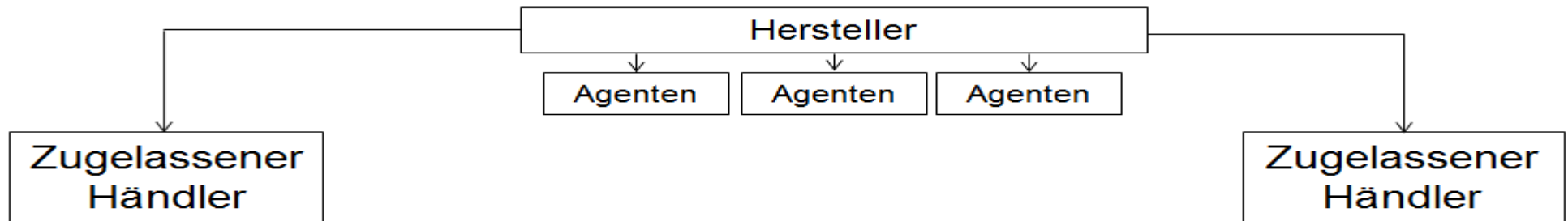
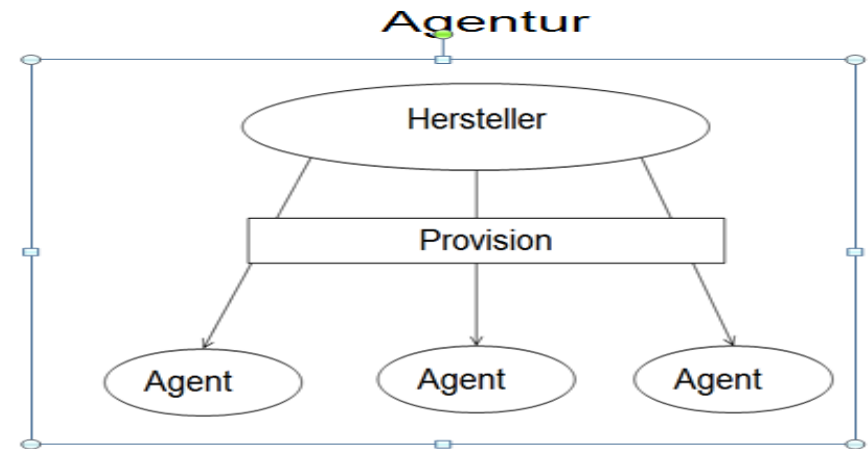
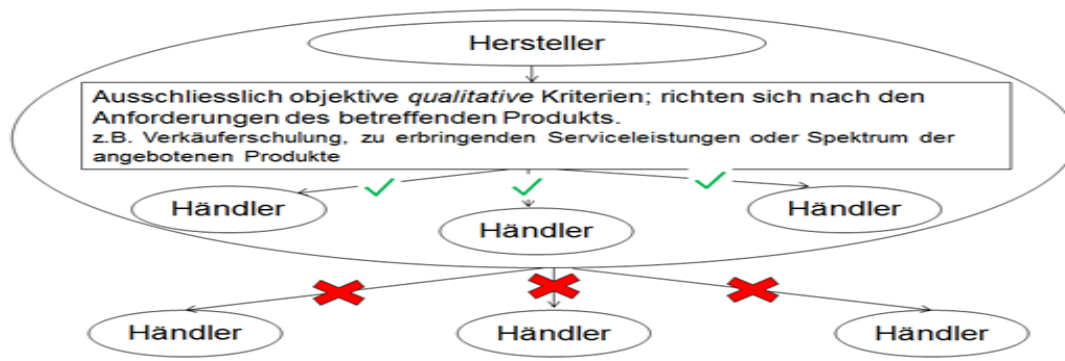
(2) Europäische Regeln gelten – im Sinne einer Vermeidung einer Isolierung der schweizerischen Märkte und der Schaffung von Rechtssicherheit – grundsätzlich analog auch in der Schweiz



III. Aktuelle Beobachtungen/Entwicklungen/Fragen (1)

Kombination von Systemen

Rein qualitativer Selektivvertrieb

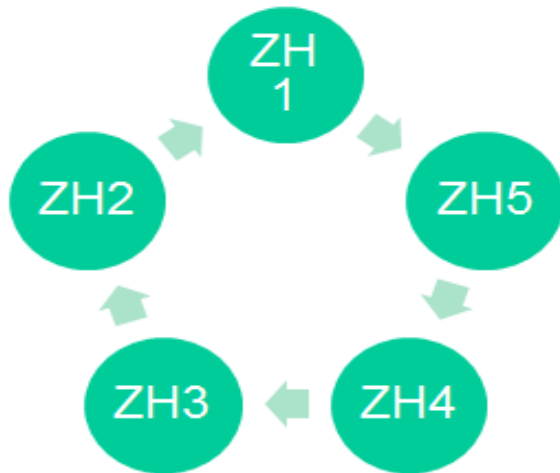




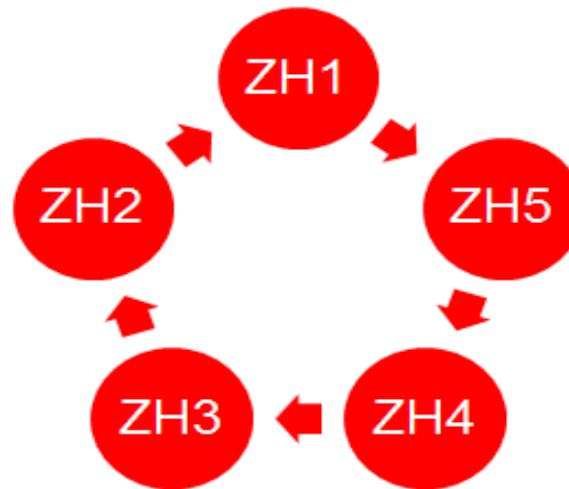
III. Aktuelle Beobachtungen/Entwicklungen/Fragen (2)

Kumulative Auswirkungen durch mehrere, nebeneinander bestehender vertikaler Vertriebsnetze

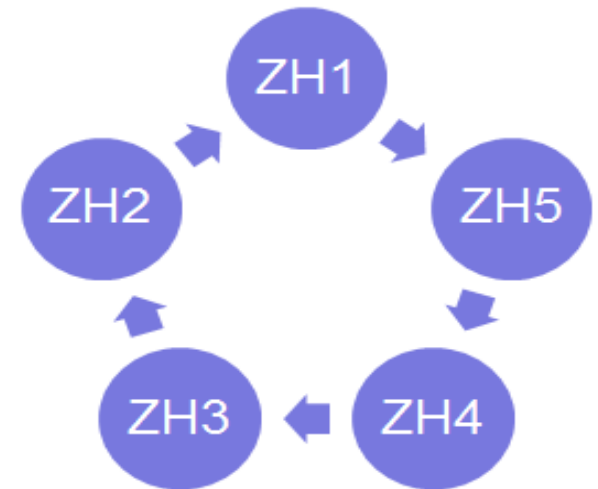
Netz Hersteller A



Netz Hersteller B



Netz Hersteller C





III. Aktuelle Beobachtungen/Entwicklungen/Fragen (3)

Einschränkungen des Online-Handels zum Schutz des Verkaufspreisniveaus

Hersteller/Importeur

H
1

H
2

H
3

H
4

H
5

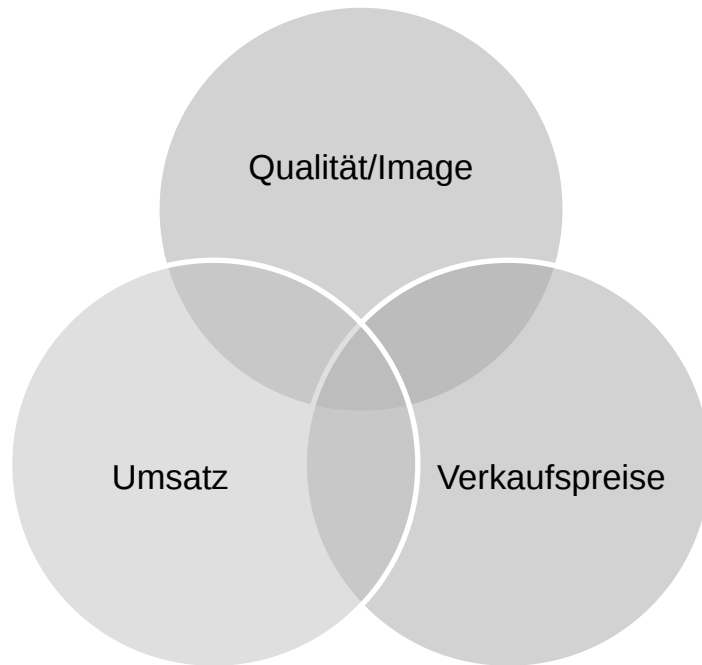
- Einen Händler stört das Verkaufspreisniveau der anderen Händler
- Beschwerden von Händlern vermehren sich
- Hersteller/Importeur beschliesst, Massnahmen zu ergreifen

= Kann problematisch sein, wenn die Intervention des Herstellers/Importeurs darauf abzielt, die Verkaufspreise der Wiederverkäufer zu beeinflussen oder dies die Folge der Intervention ist.



III. Aktuelle Beobachtungen/Entwicklungen/Fragen (4)

Qualitäts-/Imageschutz vs. Verkaufspreise



- Zielkonflikte zwischen Imagepflege eines Produktes, den definierten Umsatzzielen und den Verkaufspreisen
- Häufig suchen Hersteller/Importeure «abschliessende» Regelung; sie versuchen, Lösung für alle Händler zu finden
- Geht häufig in die Richtung, die Verkaufspreise zu «stabilisieren»

Problem = Beeinflussung der Verkaufspreise (direkt/indirekt) kann zu einer Preisbindung der zweiten Hand führen (Art. 5 Abs. 4 KG; Sanktionsrisiko)



IV. Lösungsansätze für Hersteller/Importeure

Empfehlungen:

- Einschätzung der Marktverhältnisse (insbesondere Marktanteile)
- Festlegung/Definition, wie Märkte bearbeitet werden sollen
- Prüfung der verschiedenen Vertriebssysteme
- Im Fall von selektivem Vertrieb: Kriterien sauber und verständlich formulieren, Transparenz gegenüber Händlern fördert Verständnis
- Behalten Sie im Hinterkopf, dass aus kartellrechtlicher Sicht kein Vertriebssystem (sei es noch so ausgeklügelt) als «Vehikel» die Implementierung von Mindest- oder Festpreisen «rechtfertigen» kann.
- Für Fragen und/oder Auskünfte wenden Sie sich im Zweifelsfalle an das Sekretariat (telefonisch, per E-Mail oder über das Kontaktformular [www.weko.admin.ch/kontakt])



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Wettbewerbskommission WEKO
Commission de la concurrence COMCO
Commissione della concorrenza COMCO
Competition Commission COMCO

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!