

Preisvorgaben durch den Hersteller – Wo sind die Grenzen?

Michael Schüepp, MLaw, Zürich
Bühlmann Rechtsanwälte AG
www.br-legal.ch



Ziel

Formen der Preisabrede

Begrifflichkeiten?

Was ist zulässig und was nicht?

Der Preis – wichtig für den Wettbewerb

Selbständige Festlegung
der Geschäftspolitik

Hoher Stellenwert des
«Intrabrand Wettbewerbs»

Preis als zentraler
Wettbewerbs-Parameter

Folge:

**Preisabreden sind
kartellrechtlich verboten**



Preisabreden? Begrifflichkeiten....

- Vertragliche Vorgabe des Wiederverkaufspreises = Preisabrede
 - Preisbindung zweiter Hand
 - Resale Price Maintenance
- Vertikale Abrede = Abrede zwischen Lieferant und Wiederverkäufer
 - Lieferant = Hersteller, Importeur oder Grosshändler
 - Wiederverkäufer: nur wirtschaftlich unabhängige
 - grundsätzlich auch Franchisenehmer
 - nicht: Konzerngesellschaften, Filialen und Agenten/Handelsvertreter

Preisabreden? Begrifflichkeiten....

- in CH: «vermutungsweise» unzulässig
- in EU: nicht «gruppenfreigestellt»
- bedeutet konkret:
 - zwar theoretisch nicht immer verboten
 - aber in Beratungspraxis davon abzuraten
 - Hürden bzw. Risiken für ausnahmsweise Zulässigkeit zu hoch
- Sanktionen:
 - Nichtigkeit der Klauseln oder u.U. des gesamten Vertrags
 - «Bussen» in Millionenhöhe

Bussgeld 6.5 Mio. Euro !



Klar unzulässig: Festpreisabrede

Fix vereinbarter Wiederverkaufspreis:

*«Der Händler verpflichtet sich,
die Vertragsprodukte zum Preis
von CHF 100.- pro Stück zu
verkaufen».*



Klar unzulässig: Mindestpreis- abrede

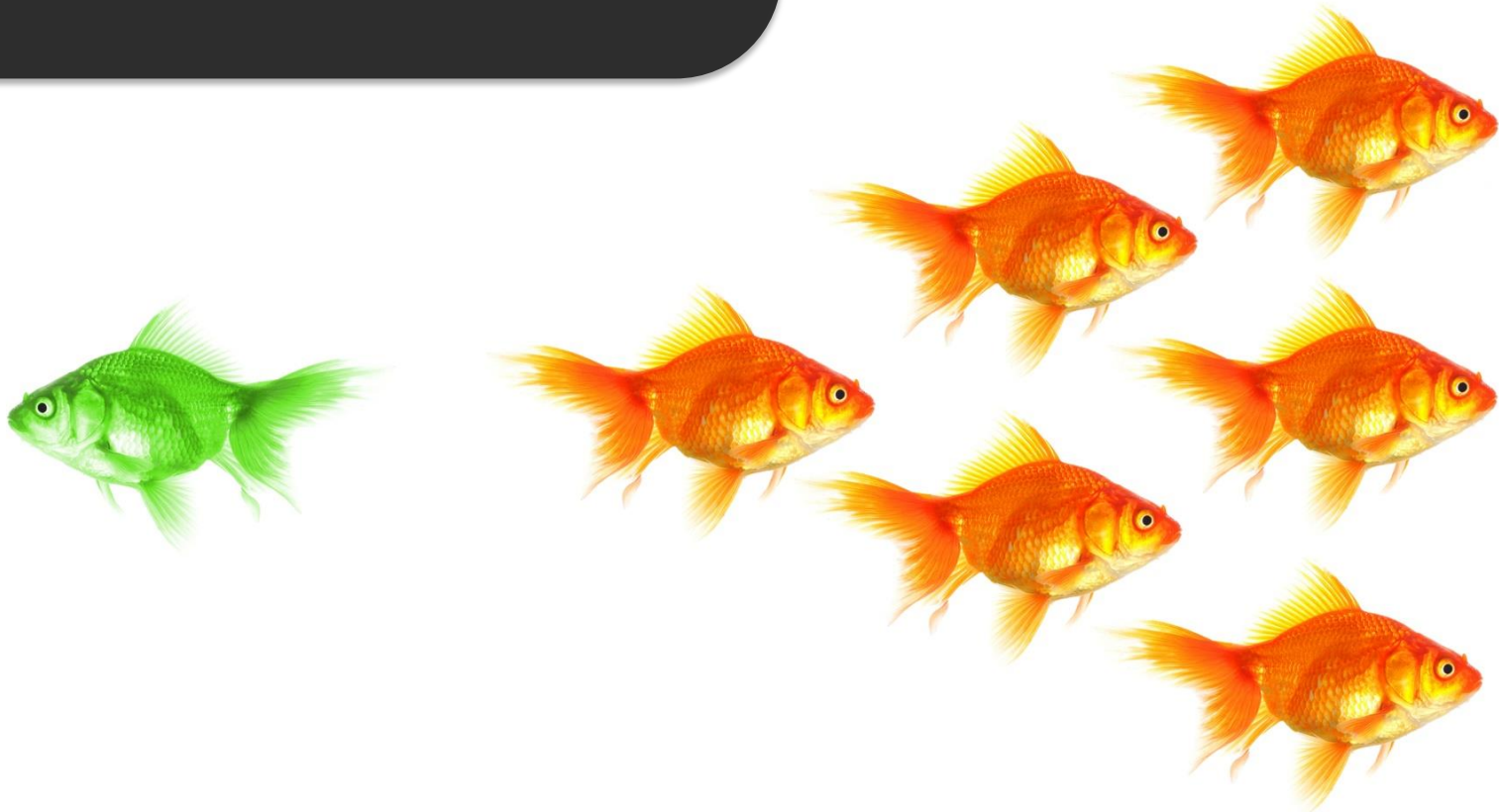
vereinbarte
Mindestpreisklausel:

*«Der Händler verpflichtet sich,
beim Weiterverkauf der
Vertragsprodukte den Preis von
100.- pro Stück nicht zu
unterschreiten»*



Klar unzulässig: „dual pricing“

Pflicht, im Online-Handel einen höheren Preis als im Offline-Handel zu verlangen



Unzulässig: Vorgabe Preisbestandteile

vertragliche Vorgaben von:

- maximalen Rabatten auf UVP
- Mindest-Margen
- Preisaufschlägen
- Frachtsätzen
- Kalkulationsschemata



Zulässige Preisabreden

- Höchstpreisvorgaben
 - Bsp: Verkaufspreis nicht höher als CHF 100.-/Stück
 - Problematische Fälle
- Preisvorgabe bei Produkteinführung «auf neuen Märkten»
 - Einführung gänzlich neuer Produkte
 - Einführung auf neuem geografischen Markt
- Preisvorgaben zu Sonderangeboten (2-6 W) z.B. in Franchisesystemen
- Preisvorgaben bei Unternehmen mit sehr geringen Marktanteilen?
 - in EU: praktisch ausgeschlossen
 - in CH: wäre dies u.U. möglich
- unverbindliche Preisempfehlung (UVP)

Aber: Verbot indirekter Preisvorgaben

- in Praxis nur noch selten schriftliche Vertragsklauseln
 - zu leicht nachweisbar
 - Bsp. Felco / Landi Preis für Gartenscheren
- einseitige Massnahme ist keine Abrede
 - z.B. Aufforderung in E-Mail oder Rundschreiben
- «abgestimmte Verhaltensweise» aber ebenfalls Abrede
 - bewusstes und gewolltes Zusammenwirken

indirekte Preisabreden – Allgemeines

- einseitige Massnahmen wie Preisempfehlungen oder Rundschreiben = Preisabreden?
- wenn faktisch Wirkung einer vertraglichen Verkaufspreisvorgabe
- Wirkung einer Vertragsklausel durch:
 - Druckausübung
 - Gewährung von Anreizen
- braucht (mind. stillschweigende) Zustimmung der Händler
 - z.B. durch Verhaltensänderung (Befolgung Preisempfehlung)

indirekte Preisabreden – Anreize

- bei Einhaltung eines bestimmten Preisniveaus:
- Gewährung von Vorteilen
 - Tiefere Einkaufspreise
 - Boni / Verkaufsprämien
 - Erstattung Werbeaufwendungen

Indirekte Preisabreden - Druckausübung

bei Nichteinhaltung eines
bestimmten Preisniveaus:

Androhung von Nachteilen:

Verzögerung/Aussetzung von Lieferungen
Vertragskündigung
Einstellung Support-Dienstleistungen



Indirekte Preisabreden - Kontaktaufnahme



indirekte Preisabreden – Kontaktaufnahme (1)

- Kontaktaufnahme des Lieferanten bei Abweichung von UVP
- Aktueller Fall vor BGH:
 - «Preiskalkulation des Händlers betriebswirtschaftlich nicht nachvollziehbar»
 - keine Bezugnahme auf Preisempfehlung
 - keine Nachteile in Aussicht gestellt (nicht bewiesen),
 - auf Rückfrage, Weiterbelieferung bei Nichteinhaltung UVP nicht zugesichert
 - Urteil: unzulässig

indirekte Preisabreden – Kontaktaufnahme (2)

- Ähnlicher Fall vor BKartA (Ciba Vison)
- Fazit:
 - Blosses «Thematisieren» dürfte nicht genügen
 - Entscheidend, ob bei Händler aufgrund der Massnahmen des Lieferanten und aller Umstände Eindruck geweckt wird, dass bei Nichteinhaltung der UVP Nachteile drohen

Indirekte
Preisabreden –
UVP auf Produkten



indirekte Preisabreden – UVP auf Produkten

- Aufdruck der UVP auf Produkten als Anreiz zur Einhaltung der UVP?
 - EU-Kommission: Ja, Anreiz zur Einhaltung UVP
 - Gegenargument: gibt Händler Möglichkeit , mit Abweichung von UVP zu werben, also Anreiz zur Nicht-Einhaltung
- Aufdruck von Preisen ohne Hinweis auf Empfehlungscharakter?
 - LG Düsseldorf: ohne gegenteilige Hinweise sieht sich Händler verpflichtet, den Preis einzuhalten

Sonderfall 1– Preisparitätsklauseln



Sonderfall: Preisparitäts-Klauseln

- Bsp.: Amazon verpflichtet Händler, ihre Waren auf Amazon nicht zu einem höheren Preis zu verkaufen als auf anderen konkurrierenden Plattformen
- Rechtslage noch nicht geklärt
- Mögliche Sichtweisen:
 - grundsätzlich unzulässige Preisabrede
 - Amazon als Anbieter der Plattformdienstleistung beschränkt Händler als Abnehmer der Plattformdienstleistung in Preissetzungsfreiheit
 - Zulässig bei weniger als 30 % Marktanteil
 - Keine schwarze Klausel, da nur Verkauf von Produkten eines Dritt- Lieferanten beschränkt wird

Sonderfall 2 – Bestpreis-Klauseln



Sonderfall: Bestpreis-Klauseln

- Rechtslage ebenfalls nicht geklärt
- Aktuelle Untersuchungen der Wettbewerbsbehörden:
 - CH: gegen Expedia, Booking, HRS
 - DE: gegen HRS
- Verdacht:
 - Bestpreis-Klauseln als unzulässige Abrede zwischen angeschlossenen Hotels und den einzelnen Plattformen
 - Einschränkung des Wettbewerbs um Kommissionshöhe unter den einzelnen Plattformen
 - Missbrauch markbeherrschender Stellung
 - unangemessene Geschäftsbedingungen (Bestpreisklauseln und Kommissionshöhe)

Fazit



Fazit

- Kartellrecht setzt der Einflussnahme der Lieferanten enge Grenzen
- Verbot gilt nicht nur für Vertragsklauseln
- Einschneidende Sanktionen
- Händler müssen sich Druckausübung nicht gefallen lassen
- Anzeige an Wettbewerbsbehörden (auch anonym bzw. mit Zusicherung der Vertraulichkeit)

A female referee with blonde hair, wearing a black long-sleeved shirt and a blue whistle around her neck, is holding a red card in her right hand and a soccer ball in her left. She is standing on a green soccer field at night, with a goal visible in the background under a dark, cloudy sky.

Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit.

Michael Schüepp

schuepp@br-legal.ch
www.br-legal.ch