

EuGH: Plattformverbote zulässig

6. Dezember 2017

Dürfen Hersteller Händlern verbieten, ihre Waren auf Internet-Drittplattformen wie Amazon oder eBay anzubieten? Mit dieser bislang hochumstrittenen Frage beschäftigte sich der EuGH in seinem am 6.12.2017 ergangenen Urteil ([Rs. C-230/16 – „Coty“](#)). Mit Spannung hatten sowohl Hersteller als auch Händler nach Luxemburg geblickt. Nun steht fest: Plattformverbote können zulässig sein. Der EuGH zeigt sich damit herstellerfreundlich. Was sollten Hersteller und Händler für die Zukunft wissen?

Hintergrund: Selektive Vertriebssysteme und Plattformverbote

Im Rahmen sogenannter selektiver Vertriebssysteme verkaufen Hersteller Waren nur an ausgewählte Händler, die ihrerseits bestimmte Qualitätsanforderungen etwa in Bezug auf die Warenpräsentation oder das Einkaufserlebnis insgesamt erfüllen müssen. Um auch online bestimmte Qualitätsstandards sicherzustellen, verbieten Hersteller ihren autorisierten Händlern häufig, Drittplattformen wie Amazon oder eBay beim Verkauf ihrer Ware zu nutzen. Besonders Anbieter von Luxuswaren wollen damit verhindern, dass das Luxusimage ihrer Ware beeinträchtigt wird, wenn diese im Internet „verramscht“ wird. Aus Sicht der betroffenen Händler schränken solche Verbote die Absatzmöglichkeiten allerdings erheblich ein.

Die rechtliche Kontroverse

Das Bundeskartellamt hat bislang die Auffassung vertreten, dass Plattformverbote kartellrechtswidrig sind. Gerade kleinen und mittleren Händlern, die auf die Reichweite von Plattformen angewiesen sind, werde durch solche Verbote der Zugang zu neuen Kundengruppen erheblich erschwert. Die Europäische Kommission hat dagegen zuletzt angedeutet, Plattformverbote unter bestimmten Voraussetzungen für zulässig zu halten.

Die bisherige Entscheidungspraxis deutscher Gerichte war nicht einheitlich. Das [OLG Schleswig](#) und das [OLG München](#) hielten Plattformverbote (zumindest außerhalb eines selektiven Vertriebssystems) für kartellrechtswidrig, während das [OLG Frankfurt](#) und das [OLG Karlsruhe](#) Plattformverbote für zulässig erachtet haben. Für die Praxis war die Rechtslage damit sehr undurchsichtig – höchste Zeit also für eine grundlegende Klärung durch den EuGH.

Der Fall Coty

Das OLG Frankfurt legte dem EuGH die Frage vor, ob ein Plattformverbot mit dem europäischen Wettbewerbsrecht vereinbar sei. Vorausgegangen war eine Klage des Markenparfümherstellers Coty gegen eine autorisierte Händlerin, die die Produkte nicht nur

über ihren eigenen Online-Shop, sondern auch über Amazon vertrieb. Dies stand im Widerspruch zu den vertraglichen Regelungen, wonach Coty die erkennbare Einschaltung eines Drittunternehmens verboten hatte. Coty klagte auf Unterlassung und unterlag in erster Instanz. Für die Berufungsinstanz stellte sich der Fall weniger eindeutig dar, so dass diese den EuGH um Klarstellung ersuchte.

Schutz des Luxusimage rechtfertigt selektives Vertriebssystem

In seinem Urteil stellt der EuGH klar, dass ein selektives Vertriebssystem für Luxuswaren damit gerechtfertigt werden kann, dass es primär das Luxusimage dieser Waren sicherstellt. In der Sache „Pierre Fabre“ (Rs. C-439/09) hatte der EuGH zuvor den Standpunkt vertreten, die Wahrung des Luxusimages sei *kein* zulässiger Grund für ein pauschales und vollständiges Vertriebsverbot über das Internet, jedenfalls nicht für Kosmetika und Körperpflegeprodukte, um die es damals ging. Der EuGH hat nun klargestellt, dass „Pierre Fabre“ eine Einzelfallentscheidung war, die die generelle Zulässigkeit selektiver Vertriebssysteme und die hierzu ergangene gefestigte Rechtsprechung nicht in Frage stellen sollte (vgl. die Rechtssachen Rs. 26/76 – „Metro I“, Rs. 31/80 – „L'Oréal“; Rs. 75/84 – „Metro II“).

Plattformverbot zulässig

Der EuGH hat zudem bestätigt, dass Hersteller von Luxuswaren, die ein selektives Vertriebssystem anwenden, ihren autorisierten Vertriebshändlern verbieten dürfen, die Waren über Plattformen wie Amazon oder eBay zu verkaufen. Voraussetzung ist allerdings, dass solche Verbote einheitlich gegenüber allen Händlern gelten und dass sie keine unverhältnismäßige Einschränkung darstellen.

Ob diese Kriterien erfüllt sind, muss letztlich das vorlegende Gericht überprüfen. Der EuGH deutet jedoch in seinem Urteil an, dass er die konkrete Ausgestaltung des Plattformverbots von Coty für verhältnismäßig hält. Die Wahrung des Luxusimage sei ein legitimes Ziel für Plattformverbote, die die autorisierten Händler auch nicht übermäßig einschränke. Nur so lasse sich für den Hersteller sicherstellen, dass seine Qualitätsvorgaben, etwa für die Verkaufsumgebung und Produktpräsentation, auch eingehalten werden. Zudem sei es den Händlern ja nicht verwehrt, weiterhin ihren eigenen Online-Shop zu betreiben oder Drittplattformen zu nutzen, sofern diese nach außen nicht als solche erkennbar sind.

Keine „Kernbeschränkung“

Schließlich hat der EuGH klargestellt, dass Plattformverbote keine „Kernbeschränkungen“ (Beschränkung der Kundengruppe oder Beschränkung des passiven Verkaufs im Sinne der Vertikal-GVO (Verordnung (EU) Nr. 330/2010)), also besonders schwerwiegende Wettbewerbsbeschränkungen sind. Dies ist eine technische Klarstellung, die für

BLOMSTEIN

die Praxis bedeutet, dass eine Freistellung vom Kartellverbot selbst dann noch in Betracht kommt, wenn die beschriebenen Kriterien im Einzelfall nicht eingehalten sein sollten.

Fazit

Die Entscheidung des EuGH hat in vielerlei Hinsicht Klarheit geschaffen. Fest steht nunmehr, dass Plattformverbote grundsätzlich zulässig sein können. Werden die vom EuGH aufgestellten Kriterien eingehalten, fallen Plattformverbote schon nicht in den Anwendungsbereich des Kartellverbots. Damit gibt der EuGH Herstellern wichtige Leitlinien zur kartellrechtskonformen Ausgestaltung ihrer selektiven Vertriebssysteme auf den Weg.

Allerdings hat die Entscheidung nicht sämtliche Fragen im Zusammenhang mit Drittplattformverboten geklärt – so etwa wird sich die weitere Diskussion künftig entscheidend darum drehen, wie weit der Begriff „Luxusgut“ eigentlich zu verstehen ist, und wo die Grenzen der Definitionshoheit auf Seiten der Hersteller liegen.

BLOMSTEIN wird die weiteren Entwicklungen beobachten und über sie informieren. Wenn Sie Fragen zu den potenziellen Auswirkungen des Urteils auf Ihr Unternehmen oder Ihre Branche haben, stehen Ihnen [Dr. Anna Blume Huttenlauch](#) und [Dr. Max Klasse](#) jederzeit gern zur Verfügung.