

EuGH: Vertriebsverbote im Internet untersagt

EuGH, Urteil vom 13.10.2011 – C-439/09 Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS gegen Président de l'Autorité de la concurrence, Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi,

Volltext des Urteils: [// BB-ONLINE](#) BBL2011-2625-1
unter www.betriebs-berater.de

TENOR

1. Art. 101 Abs. 1 AEUV ist dahin auszulegen, dass im Rahmen eines selektiven Vertriebssystems eine Vertragsklausel, nach der der Verkauf von Kosmetika und Körperpflegeprodukten in einem physischen Raum und in Anwesenheit eines diplomierten Pharmazeuten erfolgen muss

und die ein Verbot der Nutzung des Internets für diese Verkäufe zur Folge hat, eine bezweckte Beschränkung im Sinne dieser Bestimmung darstellt, wenn eine individuelle und konkrete Prüfung des Inhalts und des Ziels dieser Vertragsklausel sowie des rechtlichen und wirtschaftlichen Zusammenhangs, in dem sie steht, ergibt, dass diese Klausel in Anbetracht der Eigenschaften der in Rede stehenden Produkte nicht objektiv gerechtfertigt ist.

2. Art. 4 Buchst. c der Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 der Kommission vom 22.12.1999 über die Anwendung von Art. 81 Abs. 3 des Vertrages auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen ist dahin auszulegen, dass die in Art. 2

der Verordnung vorgesehene Gruppenfreistellung nicht auf eine selektive Vertriebsvereinbarung anwendbar ist, die eine Klausel enthält, die de facto das Internet als Vertriebsform für die Vertragsprodukte verbietet. Dagegen kann auf eine solche Vereinbarung die Legalausnahme in Art. 101 Abs. 3 AEUV individuell anwendbar sein, wenn die Voraussetzungen dieser Bestimmung erfüllt sind.

AEUV Art. 101 Abs. 1 und 3; VO (EG) Nr. 2790/1999 Art. 2 bis 4

SACHVERHALT

Das Vorabentscheidungsersuchen betrifft die Auslegung des Art. 81 Abs. 1 und 3 EG und der Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 der Kommission vom 22.12.1999 über die Anwendung von Art. 81 Abs. 3 des Vertrages auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen (ABl. L 336, S. 21).

Dieses Ersuchen ergeht im Rahmen eines bei der Cour d'appel de Paris eingeleiteten Rechtsbehelfs der Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS (im Folgenden: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique) auf Aufhebung und, hilfsweise, auf Änderung der Entscheidung 08–D–25 vom 29.10.2008 (im Folgenden: streitige Entscheidung) des Wettbewerbsrats (seit dem 13.1.2009: Autorité de la concurrence, im Folgenden: Wettbewerbsbehörde) in Bezug auf das in den selektiven Vertriebsvereinbarungen von Pierre Fabre Dermo-Cosmétique enthaltene Verbot, über das Internet ihre Kosmetika und Körperpflegeprodukte zu verkaufen, das sie den von ihr zuvor zugelassenen Vertriebshändlern auferlegt und das gegen Art. L. 420-1 des Code de commerce (Handelsgesetzbuch) und Art. 81 EG verstoßen soll. In den Vertriebsvereinbarungen von Pierre Fabre Dermo-Cosmétique ist für Produkte der Marken Klorane, Ducray, Galénic und Avène vorgesehen, dass der Verkauf ausschließlich in einem physischen Raum und in Anwesenheit eines diplomierten Pharmazeuten erfolgen darf.

AUS DEN GRÜNDEN

- 32 Einleitend ist darauf hinzuweisen, dass weder Art. 101 AEUV noch die Verordnung Nr. 2790/1999 auf den Begriff der Kernbeschränkung des Wettbewerbs Bezug nehmen.
- 33 Daher ist die Vorlagefrage so zu verstehen, dass sie darauf abzielt, ob erstens die im Ausgangsrechtsstreit in Rede stehende Vertragsklausel eine „bezweckte“ Wettbewerbsbeschränkung im Sinne von Art. 101 Abs. 1 AEUV darstellt, ob zweitens eine solche Klausel enthaltende selektive Vertriebsvereinbarung – sollte sie in den Anwendungsbereich von Art. 101 Abs. 1 AEUV fallen – in den Genuss der mit der Verordnung Nr. 2790/1999 eingeführten Gruppenfreistellung kommen kann, und ob drittens, falls die Gruppenfreistellung nicht anwendbar sein sollte, die besagte Vereinbarung gleichwohl in den Genuss der Legalausnahme in Art. 101 Abs. 3 AEUV kommen kann.

Zur Einstufung der Beschränkung in der streitigen Vertragsklausel als bezweckte Wettbewerbsbeschränkung

- 34 Einleitend ist daran zu erinnern, dass Vereinbarungen nur dann unter das Verbot des Art. 101 Abs. 1 AEUV fallen, wenn sie „eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des Binnenmarkts bezwecken oder bewirken“. Nach ständiger Rechtsprechung seit dem Urteil vom 30.6.1966, LTM (56/65, Slg. 1966, 282), weist der durch die Konjunktion „oder“ gekennzeichnete alternative Charakter dieser Voraussetzung darauf hin, dass zunächst der eigentliche Zweck der Vereinbarung in Betracht zu ziehen ist, wobei die wirtschaftlichen Begleitumstände ihrer Durchführung zu berücksichtigen sind. Wenn feststeht, dass eine Vereinbarung einen wettbewerbswidrigen Zweck verfolgt, brauchen

ihre Auswirkungen auf den Wettbewerb nicht geprüft zu werden (vgl. Urteil vom 6.10.2009, GlaxoSmithKline Services u.a./Kommission u.a., C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P und C-519/06 P, Slg. 2009, I–9291, Rn. 55, und die dort angeführte Rechtsprechung).

Bei der Prüfung der Frage, ob die in Rede stehende Vertragsklausel eine „bezweckte“ Wettbewerbsbeschränkung enthält, ist auf den Inhalt der Klausel und die mit ihr verfolgten Ziele sowie auf den wirtschaftlichen und rechtlichen Zusammenhang, in dem sie steht, abzustellen (vgl. Urteil GlaxoSmithKline Services u.a./Kommission u.a., Rn. 58, und die dort angeführte Rechtsprechung).

Die in Rede stehenden selektiven Vertriebsvereinbarungen schreiben in Bezug auf den Verkauf von Kosmetika und Körperpflegeprodukten der Marken Avène, Klorane, Galénic und Ducray vor, dass der Verkauf in einem physischen Raum, dessen Kriterien genau bestimmt sind, und in Anwesenheit eines diplomierten Pharmazeuten erfolgen muss.

Den Vertriebshändlern werden de facto sämtliche Verkaufsformen über das Internet untersagt

Nach Ansicht des vorlegenden Gerichts verbietet das Erfordernis der Anwesenheit eines diplomierten Pharmazeuten in einem physischen Verkaufsraum de facto den zugelassenen Vertriebshändlern sämtliche Verkaufsformen über das Internet.

Wie die Kommission hervorhebt, schränkt die in Rede stehende Vertragsklausel, indem sie de facto eine Vertriebsform der Produkte ausschließt, die keinen physischen Ortswechsel des Kunden erfordert, erheblich die Möglichkeit ein, dass ein zugelassener Vertriebshändler die Vertragsprodukte an Kunden außerhalb seines vertraglich vereinbarten geografischen Gebiets oder seines Tätigkeitsbereichs verkauft. Sie ist somit geeignet, den Wettbewerb in diesem Bereich einzuschränken.

Zu Vereinbarungen, die ein selektives Vertriebssystem begründen, hat der Gerichtshof bereits festgestellt, dass sie zwangsläufig den Wettbewerb im Gemeinsamen Markt beeinflussen (Urteil vom 25.10.1983, AEG-Telefunken/Kommission, 107/82, Slg. 1983, 3151, Rn. 33). Solche Vereinbarungen sind in Ermangelung einer objektiven Rechtfertigung als „bezweckte Wettbewerbsbeschränkungen“ zu betrachten.

Wie der Gerichtshof in seiner Rechtsprechung anerkannt hat, gibt es jedoch legitime Bedürfnisse – wie z.B. die Aufrechterhaltung eines Fachhandels, der in der Lage ist, bestimmte Dienstleistungen für hochwertige und technisch hoch entwickelte Erzeugnisse zu erbringen –, die eine Einschränkung des Preiswettbewerbs zugunsten anderer Faktoren als die Preise betreffenden Wettbewerbs rechtfertigen. Somit stellen selektive Vertriebssysteme, da sie auf die Erreichung eines rechtmäßigen Ergebnisses abzielen, das zur Stärkung des Wettbewerbs beiträgt, soweit dieser nicht nur die Preise zum Gegenstand hat, einen Wettbewerbsfaktor dar, der mit Art. 101 Abs. 1 AEUV vereinbar ist (Urteil AEG-Telefunken/Kommission, Rn. 33).

In diesem Zusammenhang hat der Gerichtshof bereits festgestellt, dass die Organisation eines solchen Vertriebsnetzes nicht unter das Verbot in Art. 101 Abs. 1 AEUV fällt, sofern die Auswahl der Wiederverkäufer anhand objektiver Gesichtspunkte qualitativer Art erfolgt, die einheitlich für alle in Betracht kommenden Wiederverkäufer festgelegt und ohne Diskriminierung angewendet werden, sofern die Eigenschaften des fraglichen Erzeugnisses zur Wahrung seiner Qualität und zur Gewährleistung seines richtigen Gebrauchs ein solches Vertriebsnetz erfordern und sofern die festgelegten Kriterien schließlich nicht über das erforderliche Maß hinausgehen (Urteile vom 25.10.1977, Metro SB-Großmärkte/Kommission, 26/76, Slg. 1977, 1875, Rn. 20, und vom 11.12.1980, L'Oréal, 31/80, Slg. 1980, 3775, Rn. 15 und 16).

- 42 Auch wenn es Aufgabe des vorlegenden Gerichts ist, zu prüfen, ob die in Rede stehende Vertragsklausel, die de facto sämtliche Formen des Verkaufs über das Internet untersagt, durch ein legitimes Ziel gerechtfertigt werden kann, ist es doch Aufgabe des Gerichtshofs, ihm hierzu die Kriterien für die Auslegung des Unionsrechts an die Hand zu geben, die ihm seine Entscheidung ermöglichen (vgl. Urteil L'Oréal, Rn. 14).
- 43 Zwar ist unstrittig, dass im Rahmen des selektiven Vertriebsnetzes von Pierre Fabre Dermo-Cosmétique die Wiederverkäufer anhand objektiver Gesichtspunkte qualitativer Art ausgewählt werden, die einheitlich für alle in Betracht kommenden Wiederverkäufer festgelegt werden. Zu prüfen ist jedoch noch, ob mit den Wettbewerbsbeschränkungen auf verhältnismäßige Weise die Ziele verfolgt werden, die nach den Ausführungen in Rn. 41 des vorliegenden Urteils legitim sind.
- 44 In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass der Gerichtshof unter dem Blickwinkel der Verkehrsfreiheiten die Argumente in Bezug auf die Notwendigkeit einer individuellen Beratung des Kunden und seines Schutzes vor einer falschen Anwendung der Produkte zurückgewiesen hat, mit denen im Rahmen des Verkaufs von nicht verschreibungspflichtigen Arzneimitteln und von Kontaktlinsen ein Verbot des Verkaufs über das Internet gerechtfertigt werden sollte (vgl. in diesem Sinne Urteile Deutscher Apothekerverband, Rn. 106, 107 und 112, sowie vom 2.12.2010, Ker-Optika, C-108/09, Slg. 2010, I-0000, Rn. 76).
- 45 Pierre Fabre Dermo-Cosmétique weist auch auf die Notwendigkeit hin, den Prestigecharakter der in Rede stehenden Produkte zu schützen.

Der Schutz des Prestigecharakters der in Rede stehenden Produkte stellt keine objektive Rechtfertigung der Vertragsklausel dar

- 46 Das Ziel, den Prestigecharakter zu schützen, kann kein legitimes Ziel zur Beschränkung des Wettbewerbs sein und kann es daher nicht rechtfertigen, dass eine Vertragsklausel, mit der ein solches Ziel verfolgt wird, nicht unter Art. 101 Abs. 1 AEUV fällt.
- 47 Auf der Grundlage der vorstehenden Erwägungen ist auf den ersten Teil der Vorlagefrage zu antworten ... [s. Tenor 1]

Zur Möglichkeit der Gruppen- oder Einzelfreistellung

- 48 Wenn festgestellt wird, dass eine Vereinbarung oder eine Vertragsklausel den Wettbewerb im Sinne von Art. 101 Abs. 1 AEUV beschränkt, ist es Aufgabe des vorlegenden Gerichts, zu prüfen, ob die Voraussetzungen von Art. 101 Abs. 3 AEUV erfüllt sind.
- 49 Die Möglichkeit für ein Unternehmen, individuell in den Genuss der in Art. 101 Abs. 3 AEUV vorgesehenen Legalausnahme zu kommen, ergibt sich unmittelbar aus dem Vertrag. Sie wird in keiner der beim Gerichtshof eingereichten Erklärungen bestritten. Diese Möglichkeit steht auch der Antragstellerin des Ausgangsverfahrens offen.
- 50 Da der Gerichtshof jedoch insoweit nicht über ausreichende Informationen verfügt, um zu beurteilen, ob die selektive Vertriebsvereinbarung die Voraussetzungen von Art. 101 Abs. 3 AEUV erfüllt, kann er dem vorlegenden Gericht keine weiteren Hinweise geben.
- 51 In Bezug auf die Möglichkeit, dass die selektive Vertriebsvereinbarung in den Genuss der Gruppenfreistellung der Verordnung Nr. 2790/1999 kommt, ist festzustellen, dass die Gruppen vertikaler Vereinbarungen, die in ihren Genuss kommen können, von der Kommission in der genannten Verordnung auf der Grundlage der Ermächtigung des Rates in der Verordnung Nr. 19/65/EWG des Rates vom 2.3.1965 über die Anwendung von Artikel [81] Abs. 3 des Vertrages auf Gruppen von Vereinbarungen und aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen (ABl. 1965, Nr. 36, S. 533) definiert wurden.

Nach den Art. 2 und 3 der Verordnung Nr. 2790/1999 kann ein Lieferant im Rahmen eines selektiven Vertriebssystems grundsätzlich in den Genuss einer Freistellung kommen, wenn sein Marktanteil 30% nicht überschreitet. Aus den beim Gerichtshof eingereichten Unterlagen geht hervor, dass der Marktanteil von Pierre Fabre Dermo-Cosmétique diesen Schwellenwert nicht überschreitet. Dagegen wurden in dieser Verordnung in Anwendung von Art. 2 der Verordnung Nr. 19/65 bestimmte Arten schwerwiegender wettbewerbsschädigender Beschränkungen unabhängig vom Marktanteil der betreffenden Unternehmen ausgeschlossen.

So geht aus Art. 4 Buchst. c der Verordnung Nr. 2790/1999 hervor, dass die Freistellung nicht für vertikale Vereinbarungen gilt, die unmittelbar oder mittelbar, für sich allein oder in Verbindung mit anderen Umständen unter der Kontrolle der Vertragsparteien Beschränkungen des aktiven oder passiven Verkaufs an Endverbraucher bezwecken, soweit diese Beschränkungen Mitgliedern eines selektiven Vertriebssystems auferlegt werden, die auf der Einzelhandelsstufe tätig sind; dies gilt unbeschadet der Möglichkeit, Mitgliedern des Systems zu verbieten, Geschäfte von nicht zugelassenen Niederlassungen aus zu betreiben.

Die Vertragsklausel bezweckt Beschränkungen des passiven Verkaufs an Endverbraucher

Eine Vertragsklausel wie die im Ausgangsverfahren in Rede stehende, die de facto das Internet als Vertriebsform verbietet, bezweckt zumindest die Beschränkung des passiven Verkaufs an Endverbraucher, die über das Internet kaufen möchten und außerhalb des physischen Einzugsgebiets des betreffenden Mitglieds des selektiven Vertriebssystems ansässig sind.

Nach Ansicht von Pierre Fabre Dermo-Cosmétique kommt das Verbot, die Vertragsprodukte über das Internet zu verkaufen, jedoch einem Verbot gleich, Geschäfte von einer nicht zugelassenen Niederlassung aus zu betreiben. Da somit die am Ende von Art. 4 Buchst. c der Verordnung Nr. 2790/1999 vorgesehenen Voraussetzungen der Freistellung erfüllt seien, sei dieser Artikel auf sie nicht anwendbar.

Hierzu ist festzustellen, dass Art. 4 Buchst. c der Verordnung Nr. 2790/1999 mit der Erwähnung von „nicht zugelassenen Niederlassungen“ nur auf Verkaufsstellen abzielt, in denen Direktverkäufe vorgenommen werden. Fraglich ist, ob dieser Begriff durch eine weite Auslegung auf den Ort erstreckt werden kann, an dem die Dienstleistungen des Verkaufs über das Internet erbracht werden.

Da ein Unternehmen stets die Möglichkeit hat, individuell die Anwendbarkeit der Legalausnahme in Art. 101 Abs. 3 AEUV geltend zu machen, und seine Rechte somit geschützt werden können, besteht kein Anlass, die Bestimmungen, mit denen die Vereinbarungen oder Verhaltensweisen in die Gruppenfreistellung einbezogen werden, weit auszulegen.

Das Vertriebsverbot im Internet kommt nicht dem Verbot gleich, Geschäfte von einer nicht zugelassenen Niederlassung i.S.v. Art. 4 lit. c der Verordnung Nr. 2790/1999 aus zu betreiben

Daher kann eine Vertragsklausel wie die im Ausgangsverfahren in Rede stehende, die de facto das Internet als Vertriebsform verbietet, nicht als Klausel angesehen werden, die den Mitgliedern des betreffenden selektiven Vertriebssystems verbietet, im Sinne von Art. 4 Buchst. c der Verordnung Nr. 2790/1999 Geschäfte von nicht zugelassenen Niederlassungen aus zu betreiben.

In Anbetracht der vorstehenden Erwägungen ist auf den zweiten und den dritten Teil der Vorlagefrage zu antworten ... [s. Tenor 2.]

// **BB-Kommentar**

Anne Wegner, LL.M. (EUI, Florenz), RAin, Luther
Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Düsseldorf



„EuGH bestätigt Leitlinien zum Internetvertrieb“

Problem

Im Zentrum der Entscheidung steht die Frage der kartellrechtlichen Beurteilung von Beschränkungen des Internetvertriebs: Pierre Fabre Dermo-Cosmétique ist ein französisches Unternehmen, das ein selektives Vertriebssystem für Markenkosmetika und -körperpflegeprodukte betreibt. Zu den Auflagen für die vertreibenden Händler (überwiegend Apotheker) gehörte, die Produkte nur in einem physischen Raum und in Anwesenheit eines Pharmazeuten zu verkaufen. Die französische Kartellbehörde hatte Pierre Fabre diese Auflage wegen Verstoß u.a. gegen Art. 101 AEUV untersagt. Der von Pierre Fabre angerufene Cour d'appel hat dem EuGH verschiedene Fragen zur Zulässigkeit des *de-facto*-Verbots des Internetvertriebs vorgelegt.

Entscheidung

Der EuGH urteilt, dass ein *de-facto*-Verbot des Internetvertriebs den Händler daran hindere, Kunden außerhalb der physischen Reichweite des stationären Geschäftes zu beliefern. In einem selektiven Vertriebssystem stelle ein solches Verbot eine *bezweckte* Wettbewerbsbeschränkung dar, wenn es nicht durch legitime Interessen objektiv gerechtfertigt sei. Die von Pierre Fabre geltend gemachten Gründe (Beratungsbedarf, Schutz des Prestigecharakters) stellten keine solche Rechtfertigung dar. Bei dem Verbot handele es sich um eine Beschränkung aktiver und passiver Verkäufe im selektiven Vertriebssystem (Art. 4c VO 2790/99, i.F. V-GVO a.F.), das nicht gruppenfreigestellt sei. Der EuGH verwirft das Argument Pierre Fabres, es handele sich um ein (freigestelltes) Verbot, die Vertragswaren von einer nicht zugelassenen Niederlassung aus, nämlich einer virtuellen, anzubieten. Die seitens des französischen Gerichts explizit erbetene Prüfung einer Individualfreistellung gem. Art. 101 Abs. 3 AEUV sei Angelegenheit des nationalen Gerichts.

Praxisfolgen

Erstmals bewertet der EuGH den Internetvertrieb aus dem Blickwinkel des Kartellrechts. Soweit er sich zu einzelnen Gesichtspunkten äußert, bestätigt er die von der Kommission schon in den Leitlinien zur V-GVO a.F. vertretene Linie. Insbesondere stellt der EuGH fest, dass das Verbot des Internetvertriebs (wenn nicht objektiv gerechtfertigt) ein bezwecktes Verbot aktiver und passiver Verkäufe darstellt, das im selektiven Vertrieb nicht von der V-GVO a.F. gedeckt ist (Art. 4 c). Diese Ausführungen sind 1:1 auf die jetzt geltende, nahezu wortgleiche VO 330/2010 nebst deren Leitlinien zu übertragen. Für Unternehmen, die sich schon bisher im Rahmen der (rechtlich unverbindlichen) Leitlinien bewegt haben, ergibt sich daher keine Notwendigkeit, ihre Verträge oder ihr Verhalten anzupassen. Die Bedeutung des Urteils liegt daher nicht in einer völlig neuen Sicht der Dinge, sondern darin, dass es gewisse Auslegungsspielräume beseitigt. Auch wenn viele Unternehmen mit dem Ergebnis der Rechtsfindung nicht glücklich sein werden, schafft das Urteil damit jedenfalls eine gewisse Rechtssicherheit.

Die Feststellung, dass es sich bei einem *de-facto*-Verbot (in Abwesenheit von Rechtfertigungsgründen) um eine bezweckte Beschränkung handelt, hat gravierende Konsequenzen. Damit erübrigt sich der Nachweis, dass eine derartige Vereinbarung tatsächlich wettbewerbsbeschränkende Wirkung hat (vgl. Rn. 34 des Urteils). Da es sich um eine bezweckte Beschränkung des *Kundenkreises* handelt, kommt das ganze Vertragswerk auch zukünftig nicht in den Genuss der Gruppenfreistellung (Art. 4c VO 330/2010). Darüber hinaus ist damit die Berufung auf die *De-minimis*-Bekanntmachung der Kommission (ABl. 2001/C 368/13 – Ziff. 11 (2) b)) ausgeschlossen. Auch kleine Unternehmen mit Marktanteilen unter 5% können sich daher nicht darauf berufen, dass die Wettbewerbsbeschränkung nicht spürbar i.S.d. Art. 101 Abs. 1 AEUV sei.

Die Latte für eine „objektive Rechtfertigung“ i.S.d. Art. 101 Abs. 1 AEUV hat der EuGH hoch gelegt. Er hat dabei zwei Gesichtspunkte als unzureichend benannt, die typischerweise zur Rechtfertigung gewisser Beschränkungen des Vertriebs – gerade im Rahmen selektiver Vertriebssysteme – herangezogen werden durften (vgl. *Seeliger*, in: Wiedemann, HB des KartRe, 2. Aufl. 2008, § 10 Rn. 282 ff. m. w. N.). Dabei hat er knapp auf seine bisherige Rechtsprechung zur Waren- und Dienstleistungsfreiheit verwiesen (Rn. 44–46). Er hat dieselben strengen Maßstäbe, die er an hoheitlich für ein ganzes Staatsgebiet auferlegte Beschränkungen heranzieht, auch zur Beurteilung von sehr viel weniger weitreichenden Vereinbarungen zwischen Privaten angelegt – und zwar ungeachtet der Marktanteile. Hier hätte man sich eine differenziertere Argumentation vorstellen können.

Der Wortlaut der Entscheidung (Rn. 44 ff.) scheint nahezu legen, dass die Gründe „Beratungsbedarf“ und „Prestigecharakter“ im Rahmen des Art. 101 AEUV überhaupt nicht mehr zugunsten von Beschränkungen des Internetvertriebs berücksichtigt werden dürften. Der EuGH prüft allerdings dort nur, ob eine objektiv zur Beschränkung des Wettbewerbs geeignete Vereinbarung ausnahmsweise nicht in den Anwendungsbereich des Art. 101 Abs. 1 AEUV fällt (Rn. 46). Hieran darf durchaus ein strenger Maßstab angelegt werden. Denn dieser Befund schließt nicht aus, diese Gründe im Rahmen der Individualfreistellung zu berücksichtigen. Aus Rn. 44 ff. ergibt sich daher nur, dass die genannten Gründe nicht hinreichend gewichtig sind, um schon Art. 101 Abs. 1 AEUV zu verneinen. Die objektive Rechtfertigung im Rahmen der Prüfung von Abs. 1 scheidet hier weniger am legitimen Grund, als an der Frage der Verhältnismäßigkeit (Rn. 43). Vor diesem Hintergrund dürften sowohl die Sicherstellung einer individuellen Beratung, als auch der Prestigecharakter legitime Ziele sein, die im Rahmen der Individualfreistellung gem. Abs. 3 weiterhin einen Platz haben.

Praktisch relevant ist auch die Begründung des EuGH zur Auslegung des Begriffs der Niederlassung i.S.d. Art. 4c V-GVO a.F. Dieser bestimmt, dass ein Verbot, eine nicht autorisierte Niederlassung zu eröffnen, keine unzulässige Beschränkung i.S.d. Art. 4c V-GVO a.F. darstellt. Der EuGH verneint die Anwendbarkeit dieser Rückausnahme auf eine „virtuelle Niederlassung“ mit der Begründung, für eine weite Auslegung bestehe kein Schutzbedürfnis (Rn. 52). Denn es entfallende lediglich die Gruppenfreistellung, während dem Unternehmen weiterhin die Möglichkeit der Individualfreistellung offenstehe. Damit unterstreicht der EuGH, dass es in Bezug auf die Individualfreistellung auch für bezweckte Wettbewerbsbeschränkungen keine Denkverbote oder negativen Vermutungen gibt. Indem er sich in Bezug auf die Individualfreistellung jeglicher Hinweise enthält, erscheint es offenbar nicht ausgeschlossen, dass am Ende der Prüfung eine Individualfreistellung stehen könnte. Insofern ruhen die gespannten Blicke nun auf der Cour d'appel.

Wirtschaftsrecht // Entscheidungen

BGH · Keine Einbringung eigener Aktien der Gesellschaft als Sacheinlage

Zu beachten bleibt, dass die strengen Maßstäbe des EuGH für ein vollständiges Verbot des Internethandels im Rahmen eines selektiven Vertriebssystems, in dem andere als die autorisierten Händler vom Handel mit dem Produkt ausgeschlossen sind, entwickelt wurden. Wenn der Internetvertrieb jedoch grundsätzlich erlaubt und de facto möglich bleibt,

dürfte wie bisher gelten, dass an dessen Ausgestaltung qualitative Anforderungen zum Schutz legitimer Bedürfnisse gestellt werden dürfen (z.B. Beratungsbedarf, Prestigecharakter, Schutz vor Fälschungen etc. – vgl. LL-Vertikal, Rn. 54). Das gilt nicht nur für den selektiven Vertrieb, sondern auch für andere Vertriebssysteme.