

Luther.

# Das neue Vertriebskartellrecht

**Kartellrechtsfrühstück 2022/23**

**Frankfurt, den 13. Juni 2023**

**Rechtsanwältin Anne C. Wegner, LL.M.**

# Der Weg zur VO 2022/720 („VO“) nebst Leitlinien („LL“)



# Neue VO und LL

L 134/4

DE

Amtsblatt der Europäischen Union

11.5.2022

## VERORDNUNG (EU) 2022/720 DER KOMMISSION

vom 10. Mai 2022

über die Anwendung des Artikels 101 Absatz 3 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen

(Text von Bedeutung für den EWR)

DIE EUROPÄISCHE KOMMISSION —

30.6.2022

DE

Amtsblatt der Europäischen Union

C 248/1

II

(Mitteilungen)

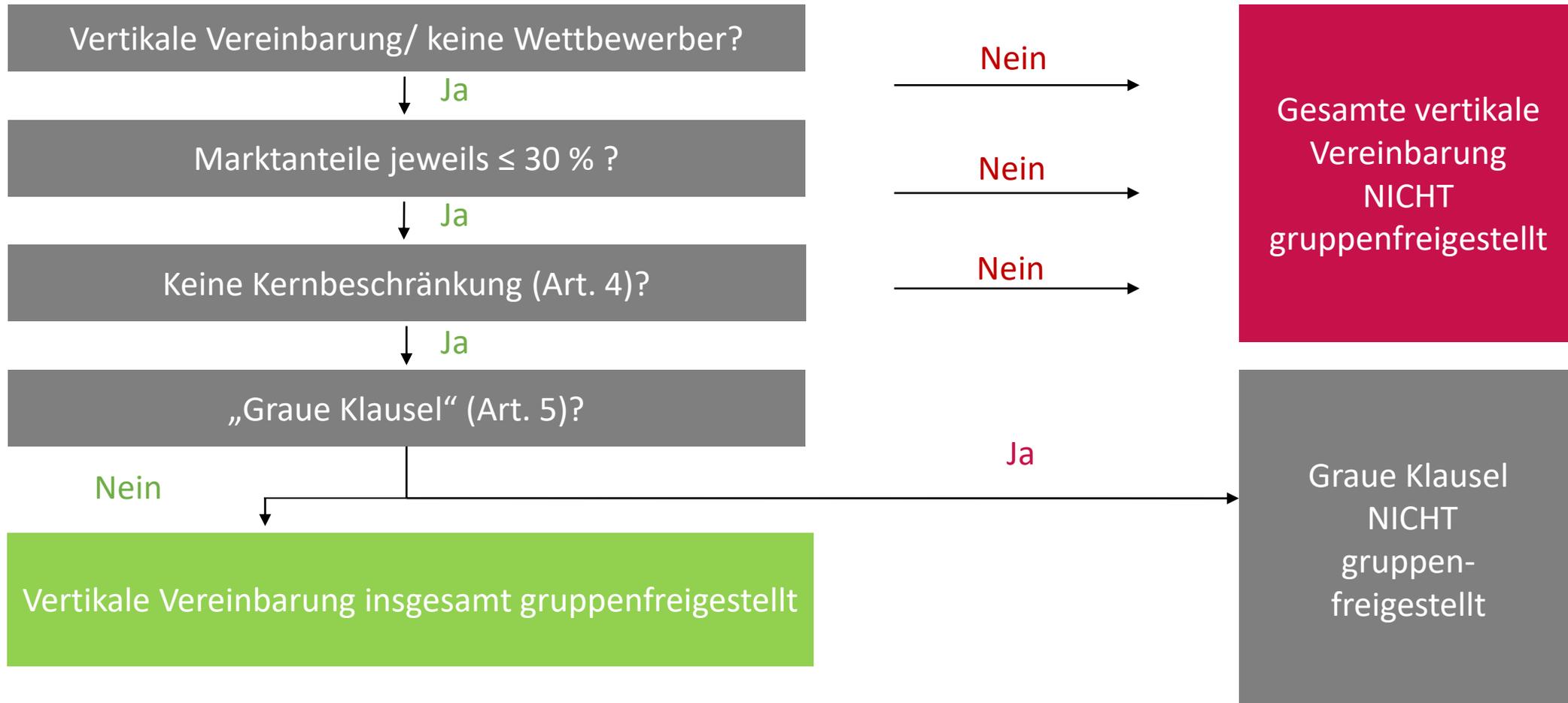
MITTEILUNGEN DER ORGANE, EINRICHTUNGEN UND SONSTIGEN STELLEN  
DER EUROPÄISCHEN UNION

EUROPÄISCHE KOMMISSION

MITTEILUNG DER KOMMISSION  
BEKANNTMACHUNG DER KOMMISSION  
Leitlinien für vertikale Beschränkungen

(2022/C 248/01)

# VO – Kontinuität in der Systematik



# LL zur VO

**Leitlinien binden rechtlich nur die Kommission („Selbstbindung der Verwaltung“)**

Praktische Relevanz:

- Nationale Gerichte wenden diese auch ohne rechtliche Bindung in der Regel de facto an
- BKartA fühlt sich frei, davon abzuweichen

- 85 Seiten
- Wesentliche Änderungen, Ergänzungen, Klarstellung
- Neuordnung der Kapitel erschwert Vergleich

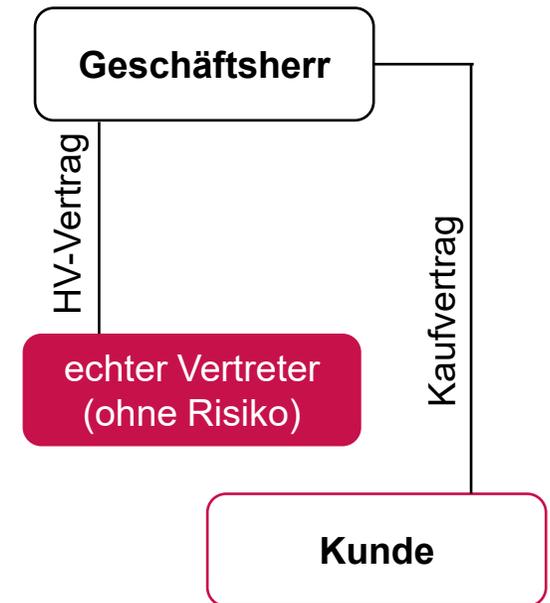
# Handelsvertreter

# Handelsvertreterprivileg (LL Rn. 29 ff.)

- **Grundsatz:** „echter“ Handelsvertreter-Verträge unterfallen in Bezug auf die vermittelten Geschäfte nicht Art. 101 (1) AEUV
- **Preis, Gebiet, Kunden und Vertriebskanal sind keine Wettbewerbsbeschränkungen !**
- Wettbewerbsverbote und Alleinvertriebsvereinbarungen unterfallen nicht dem Handelsvertreterprivileg, sondern sind nach Art. 101 (1) AEUV, Art. 5 VO zu beurteilen

# Wer ist „echter“ Handelsvertreter ? (LL Rn. 29 ff.)

- Ein „echter“ Handelsvertreter darf kein oder nur ein unbedeutendes wirtschaftliches Risiko tragen (Rn. 33 LL)
  - kein Eigentumserwerb – **NEU: Ausnahme bei „kurzfristigem Erwerb“ ohne Risikoübernahme**
  - keine Übernahme von marktspezifischen Investitionen und/oder
  - keine oder nur unbedeutende Kosten und Risiken
  - **NEU: Klarstellende Ausführungen zur Risikoübernahme**



# Neu: Risikoübernahme beim „echten“ Handelsvertreter

## NEU:

- Erläuterungen zu Erstattung der Kosten und Freistellung von Risiken (Rn. 35 LL)

- Erstattung der konkreten Kosten oder
- Erstattung der Kosten durch Pauschale oder
- Erstattung der Kosten durch zusätzliche Provision

mit einfacher Möglichkeit für Handelsvertreter, die Erstattung von über Pauschalen hinausgehenden Kosten zu verlangen und systematische Prüfung.

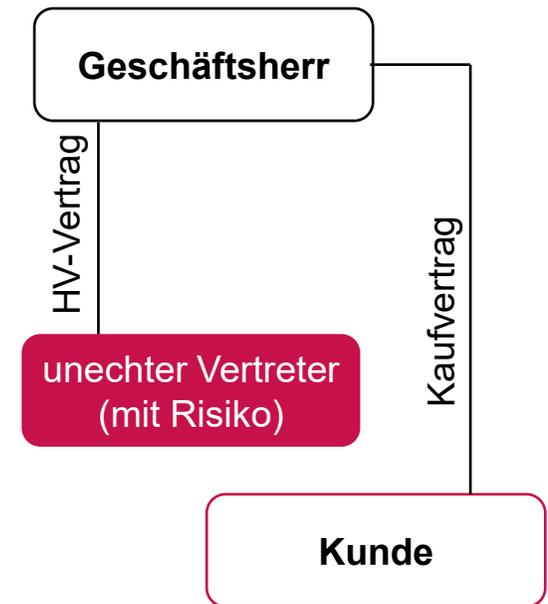
⇒ Verbesserte Rechtssicherheit

⇒ aber ggf. auch „erweiterter Pflichtenkatalog“, weil konkretere „Vorgaben“

⇒ eine Praxis „contra LL“ sollte vermieden werden

# „Unechter“ Handelsvertreter (LL Rn. 29 ff.)

- Der „unechte HV“ fällt in den Anwendungsbereich von Art. 101 (1) AEUV und unter die VO – vgl. Art. 1 lit. k) VO
  - Es gilt das Verbot der Preisbindung (der Geschäftsherr darf im Grundsatz den Preis vorgeben, den HV aber nicht daran hindern, dem Kunden wie ein Händler Rabatte aus der eigenen Provision zu geben)
  - Es gilt das Verbot der Beschränkung des Kundenkreises, des Gebiets oder Vertriebskanals





# **Dualer Vertrieb/ Direktvertrieb des Herstellers**

# Dualer Vertrieb ("zweigleisiger Vertrieb")

## BISHER: Art. 2 (4) VO 2010

Keine Anwendung zwischen Wettbewerbern, aber:

*„(...) Sie findet jedoch Anwendung, wenn Wettbewerber eine nicht gegenseitige vertikale Vereinbarung treffen und der Anbieter zugleich Hersteller und Händler von Waren ist, der Abnehmer dagegen Händler, jedoch kein Wettbewerber auf der Herstellungsebene...“*

## NEU: Art. 2 (4) VO

Keine Anwendung zwischen Wettbewerbern, aber:

*„ (...) gilt jedoch (...), sofern der Anbieter **auf der vorgelagerten Stufe** zugleich Hersteller, **Importeur oder Großhändler und zugleich auf der nachgelagerten Stufe als Importeur, Großhändler oder Einzelhändler** von Waren während der Abnehmer **auf der nachgelagerten Stufe tätiger Importeur, Großhändler oder Einzelhändler**, jedoch kein Wettbewerber auf der vorgelagerten Stufe ist, auf der er die Vertragsware bezieht, (...)  
...“*

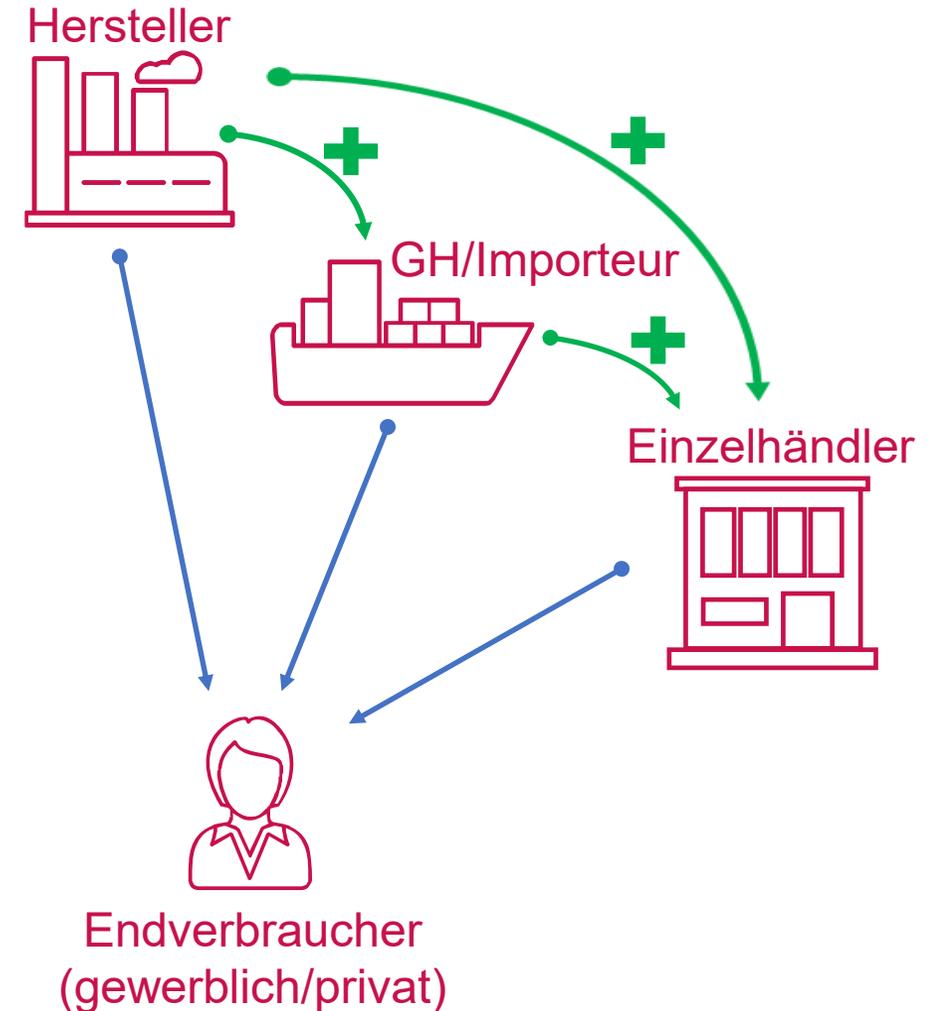
# Direktvertrieb des Anbieters, Art. 2 (4) VO

## ■ Grundsatz

- „Vertikale Vereinbarung“: Vereinbarung zwischen Parteien auf **unterschiedlicher Ebene der Produktions- oder Vertriebskette**  
=> **Kein Wettbewerbsverhältnis** (!)

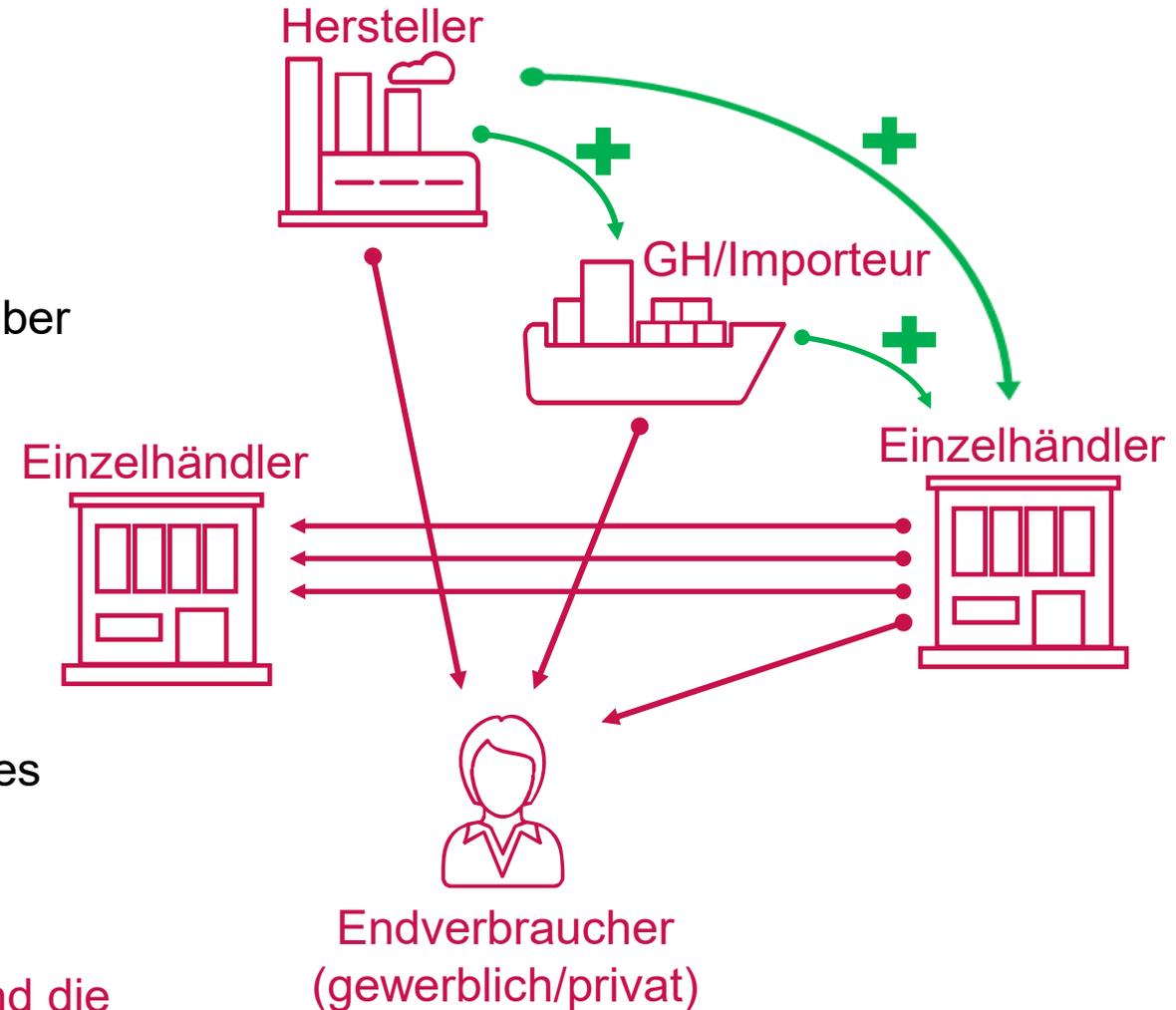
## ■ Neu: Erweiterung der Ausnahme

- Anbieter ist **Hersteller, Großhändler oder Importeur** [neu] und **auf der nachgelagerten Stufe** [neu] als Händler tätig.
- Abnehmer ist **Importeur, Großhändler oder Einzelhändler**, aber **kein Wettbewerber zu Anbieter auf vorgelagerter Ebene** (auf der der Anbieter ihm die Ware anbietet)



# Folgen des neuen Art. 2 (4) VO

- Auch Großhändler und Importeure können von der Ausnahme für den dualen Vertrieb profitieren
- Unklar: Franchisesysteme, bei denen der Franchisegeber keine Waren liefert
- Unklar: Wird der Einzelhändler durch (zu viel) Parallelhandel zum Großhändler? Wenn ja, dürfte das beschränkt werden?
- Ein Händler, der Dritte mit der Herstellung seiner Eigenmarken beauftragt, gilt nicht als Wettbewerber des Herstellers
- Ein Händler, der Eigenmarken „in house“ (auch durch Konzernunternehmen) herstellt, ist selbst Hersteller und die Ausnahme greift nicht (vgl. LL Rn. 92)



# Informationsaustausch im dualen Vertrieb

## BISHER:

- Keine explizite Regelung
- Verweis auf Horizontal-Leitlinien, die davon ausgehen, dass Informationsaustausch zwischen Wettbewerbern zu sensiblen Daten idR eine unzulässige Koordination zwischen Wettbewerbern bezweckt oder bewirkt
- Kritik in Konsultation, Expertengutachten und weitere Konsultation im Februar 2022

## NEU: Art. 2 (5) VO

Die Ausnahme zu Art. 2 Abs. 4 (...) gilt nicht für den Informationsaustausch zwischen Anbietern und Abnehmern, der

- nicht direkt die Umsetzung der vertikalen Vereinbarung betrifft
- *oder* nicht zur Verbesserung der Produktion oder des Vertriebs der Vertragswaren oder – dienstleistungen erforderlich ist (...)

# Neuer LL- Abschnitt Informationsaustausch

- „Erforderlichkeit“ im Einzelfall je nach Vertriebsmodell zu bestimmen, indikative Liste mit Bsp. in Rn. 99f. LL
- Nicht gruppenfreigestellter Informationsaustausch nicht zwingend unzulässig, sondern Prüfung Art. 101 (1) und (3) AEUV
- Aber: Vermutung, dass zwischen Wettbewerbern ausgetauschte Informationen im Wettbewerb (unzulässig) verwendet werden (= bezweckte Beschränkung?)
- Risiko von Verstößen kann vermindert werden, indem
  - weitmöglichst auf aggregierte Informationen zurückgegriffen wird
  - innerhalb des Unternehmens mit Chinese Walls gearbeitet wird

# Neuer LL- Abschnitt Informationsaustausch

## In der Regel erforderlich (+)

- Technische Informationen betreffend das Produkt oder Verbesserungen idR (+)
- Vertriebsbedingte Mengeninformationen (Herstellung, Lagerbestände, Retouren, Verkaufsvolumina)
- Einkaufspreise und (historische) Verkaufspreise des Abnehmers, solange nicht zur Preiskontrolle missbraucht
- Marketinginformationen (einschließlich Timing von Aktionen)
- Performancebasierte Informationen (aggregiert)

## In der Regel nicht erforderlich

- Aktuelles und zukünftiges Pricing des Abnehmers (wenn nicht nötig für eine kurzfristige Niedrigpreiskampagne)
- Nicht aggregierte, kundenspezifische Verkaufsdaten (es sei denn, nötig für individuelle Anpassung der Produkte für den Kunden)
- Informationen betreffend die Eigenmarkenverkäufe des Abnehmers

# Kundenkreisbeschränkungen

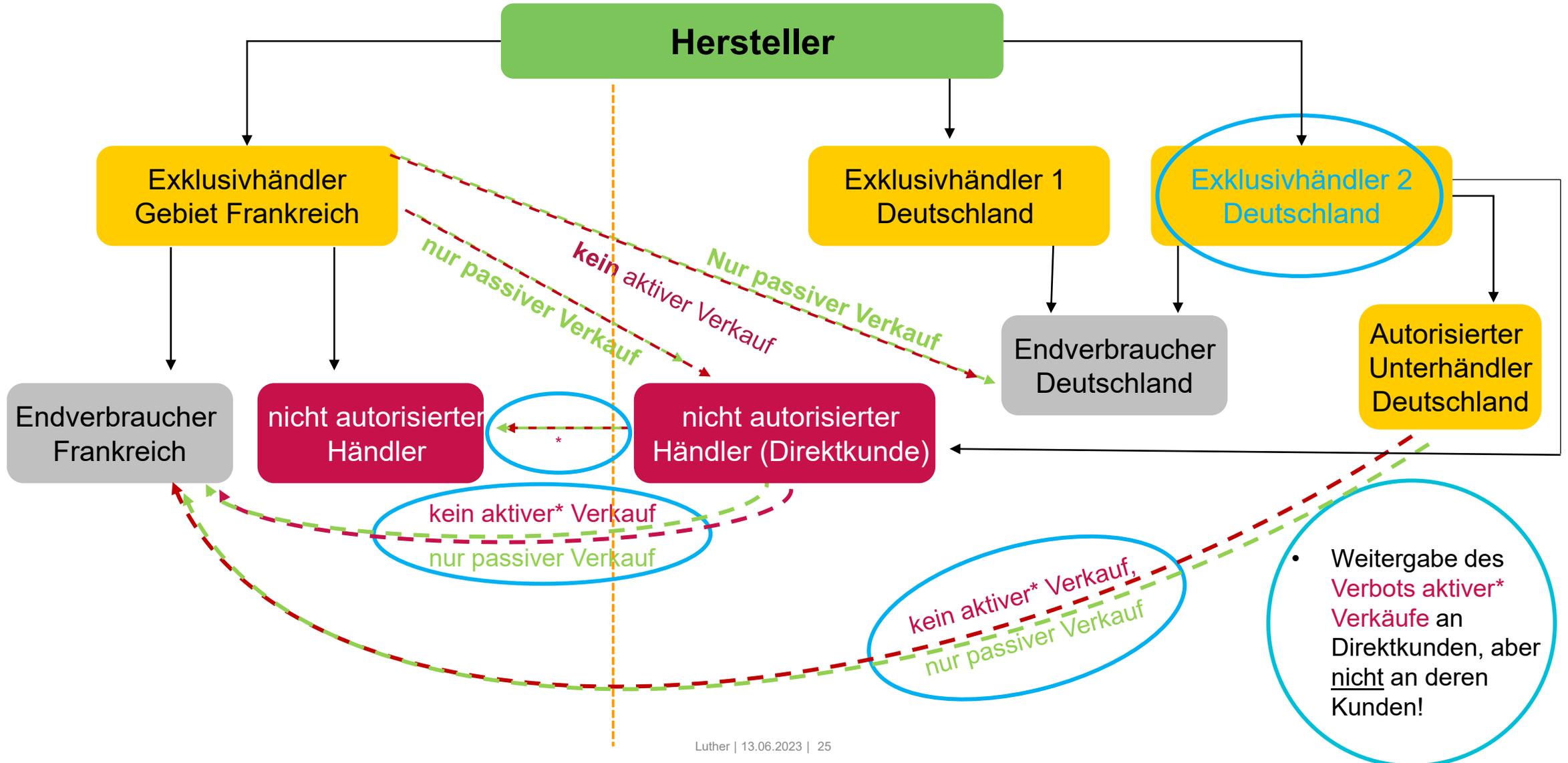
# Kundenkreisbeschränkungen, Art. 4 lit. b)-e) VO

- **BLEIBT: Kundenkreis und Gebietsbeschränkungen sind Kernbeschränkungen**
- **Ausnahmen und Details werden neu strukturiert**
  - lit. b) für Alleinvertrieb
  - lit. c) für Selektivvertrieb und
  - lit. d) für „freien Vertrieb“
- **BLEIBT: In allen drei Varianten sind KEINE KERNBESCHRÄNKUNG**
  - Sprunglieferungsverbot (→ keine Lieferung des GH and Endkunden)
  - Verbot der Eröffnung nicht zugelassener Niederlassungen
  - Bauteileklausel (→ keine Lieferung an Konkurrenten des Anbieters)

# Alleinvertriebssysteme

- **NEU:** Gewisse Erweiterung der bisherigen AUSNAHMEN zum Schutz von ALLEINVERTRIEBSSYSTEMEN
  - BLEIBT: Zulässigkeit Verbot aktiver Verkäufe an exklusiv vorbehaltenen Kunden/ in exklusiv vorbehaltenen Gebieten
  - **NEU:** Definition aktiver vs. passiver Verkäufe durch VO
  - **NEU:** Zuweisung an bis zu 5 Alleinvertriebshändler in einem Gebiet
  - **NEU:** Beschränktes „pass-on“ der zulässigen Verbote an die Direktkunden des Alleinvertriebshändlers
  - **NEU:** Zulässiges Verbot des Verkaufs der Alleinvertriebshändler an nicht zugelassene Händler in ein (anderes) selektives Vertriebsgebiet
- **BLEIBT:** Keine Kombination Alleinvertrieb mit selektivem Vertrieb in einem Gebiet

# Alleinvertrieb (exkl. Vertrieb) (Bsp. Frankreich | Deutschland)



# Selektive Vertriebssysteme

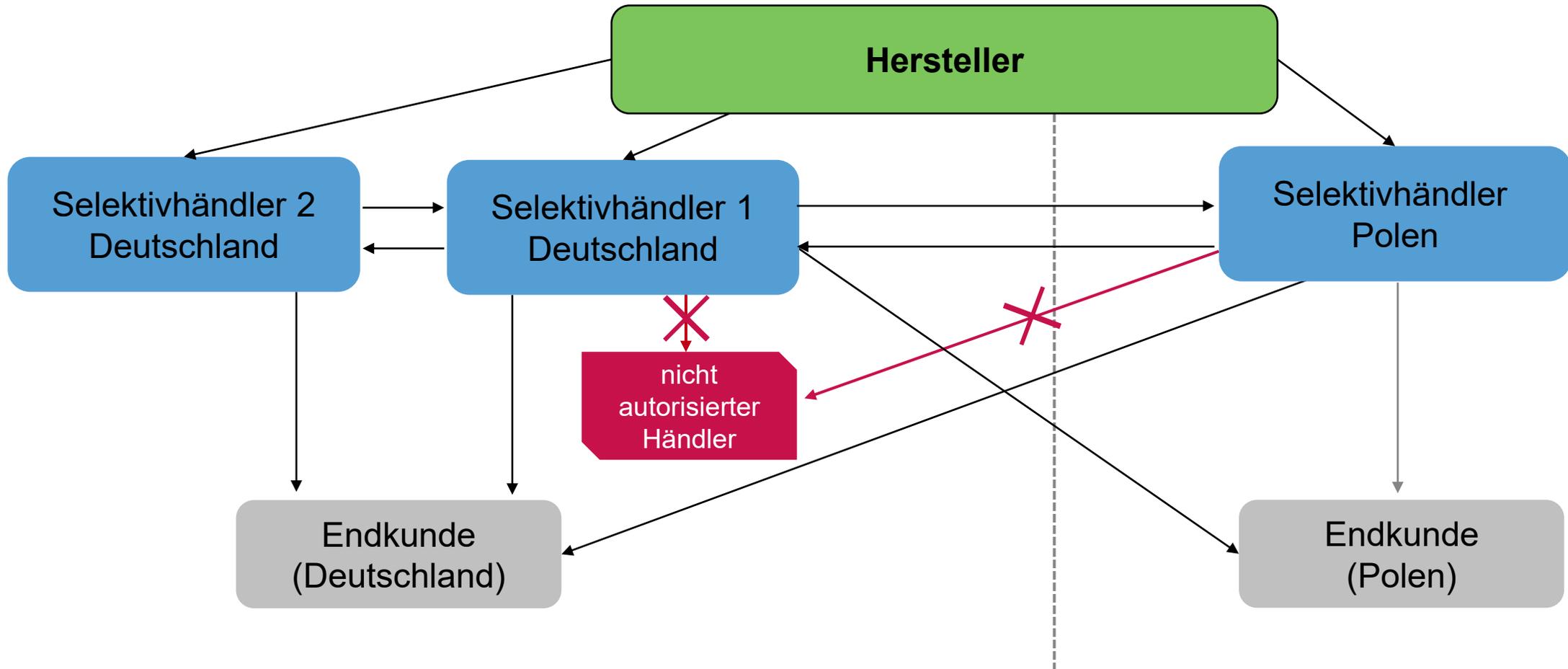
## *„Selektive Vertriebssysteme“*

*sind Vertriebssysteme, bei denen sich der Anbieter verpflichtet, die Vertragswaren oder -dienstleistungen (...) nur an Händler zu verkaufen, die anhand festgelegter Merkmale ausgewählt werden, und bei denen sich diese Händler verpflichten, die betreffenden Waren oder Dienstleistungen nicht an Händler zu verkaufen, die (...) nicht zum Vertrieb zugelassen sind“ (Art. 1 lit f VO)*

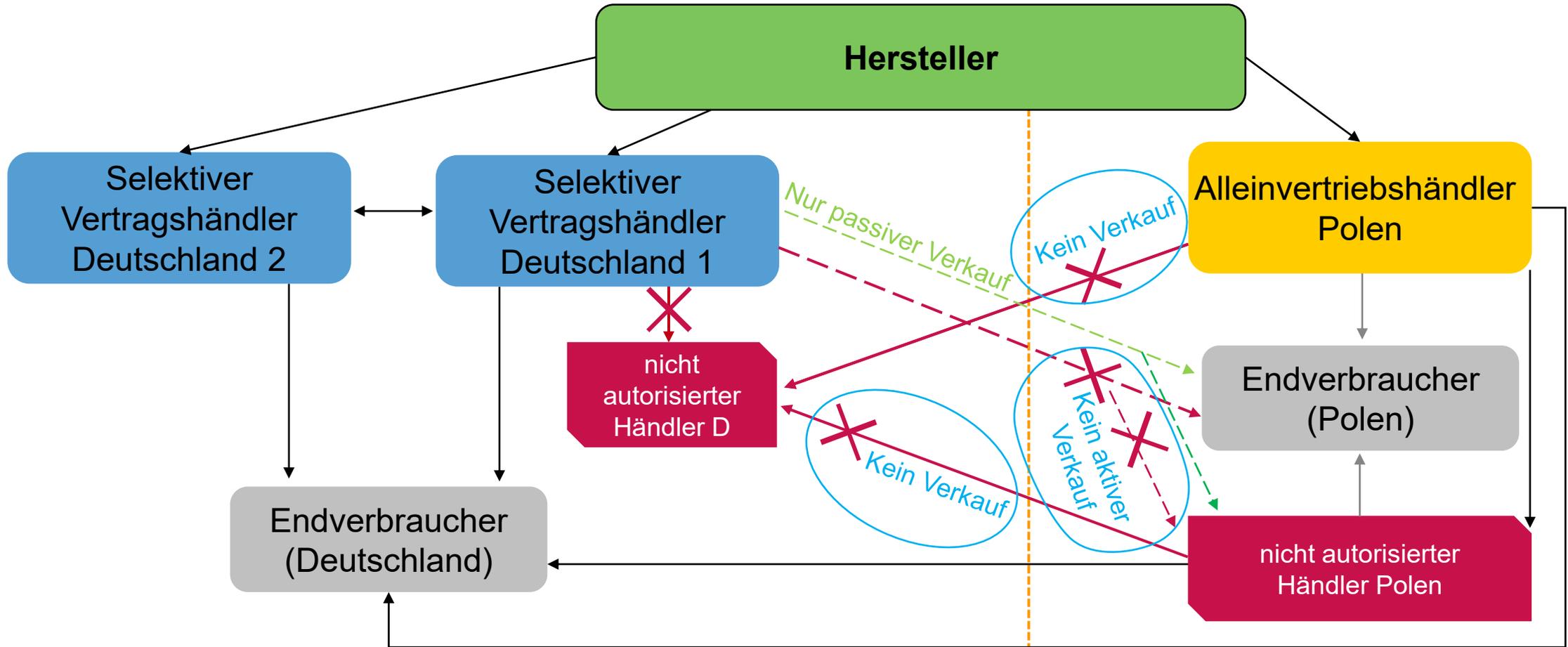
## Zulässige Beschränkungen

- **BLEIBT:** Verbot des Verkaufs an nicht zugelassene Händler IM Gebiet, für das der selektive Vertrieb vorgesehen ist
- **BLEIBT:** Querlieferungsverbot ist Kernbeschränkung
- **NEU (klarstellend):** Verbot darf an Kunden der zugelassenen Händler weitergegeben werden [z. B. Haltefristen im Kfz-Vertrieb]
- **NEU:** Beschränkung des aktiven Verkaufs (...) in (anderes) Alleinvertriebsgebiet/-kundengruppe, das/die exklusiv anderweitig vorbehalten ist, keine Kernbeschränkung
- **BLEIBT:** Keine Kombination beider Systeme in ein und demselben Gebiet!

# Selektivvertrieb EU-weit (Bsp. Deutschland | Polen)



# Nebeneinander Selektiv- und Alleinvertrieb



**Neue schwarze Klausel  
„Verhinderung der effizienten  
Nutzung des Internets“**

# Effektive Internetnutzung, Art. 4 lit. e) VO

*e) die Verhinderung der wirksamen Nutzung des Internets zum Verkauf der Vertragswaren oder -dienstleistungen durch den Abnehmer (...) bezweckt*

*unbeschadet der Möglichkeit, dem Abnehmer Folgendes aufzuerlegen:*

- i) andere Beschränkungen des Online-Verkaufs oder*
- ii) Beschränkungen der Online-Werbung, die nicht darauf abzielen, die Nutzung eines ganzen Online-Werbekanals zu verhindern;*

- **BLEIBT:** Kodifiziert das bisherige Verständnis: Verhinderung der Internetnutzung = Kernbeschränkung
- **NEU:** Regelung durch VO (vorher in LL)
- Legt in der VO verbindlich fest, was keine Kernbeschränkung, sondern nur Modalität ist
- Art. 4 lit. e) VO ist lex specialis zu den Kundenkreisbeschränkungen in Art. lit. b-d) (→ was nach Art. 4 lit. e) „unbeschadet“ möglich ist, ist auch keine Kernbeschränkung im Sinne der Art. 4 lit. b-d)

# Verhinderung der effizienten Nutzung des Internets

- **BLEIBT:** Händler darf selbst online verkaufen
- **BLEIBT:** Drittplattformverkaufsverbote erlaubt
- **BLEIBT:** Re-routing ist Kernbeschränkung
- **NEU/klarstellend:** Blockade bestimmter Werbekanäle insgesamt unzulässig, z.B. Allgemeines Verbot von Preissuchmaschinen/ Suchmaschinenwerbung  
Kernbeschränkung
- **NEU:** Einzelne „Maschinen/ Marktplätze“/ Vertriebskanäle können unter Qualitätskriterien ausgeschlossen werden, wenn das nicht zu „de facto Verbot“ des Internetvertriebs führt
- **NEU/Klarstellend:** Verbot Search Engine Targeting mit Trademark ist Kernbeschränkung



# Differenzierte Betrachtung Doppelpreise (Dual Pricing)

Doppelpreissysteme nicht zwingend Kernbeschränkung, wenn unterschiedliche Preisgestaltung

- darauf abzielt, Investitionen für diesen Vertriebskanal anzuregen und **angemessen zu vergüten** und
- nicht Verhinderung der effizienten Internetautzung bezweckt.

VORSICHT: Offline-Doppelpreise bleiben Kernbeschränkung (Rn. 204 f) LL)



# Aufweichen Äquivalenz bei Kriterien und Vergütung

- Strenge Äquivalenz von Online- und Offline Kriterien nicht immer möglich aufgrund von Unterschied der Vertriebskanäle
- Sachliche Differenzierung erlaubt, solange sie legitime Zwecke verfolgt und nicht darauf abzielt, die wirksame Internetnutzung zu verhindern
- Ähnliche Erwägungen relevant, wie bei Doppelpreisen



# Wettbewerbsverbote und Paritätsklauseln

# Wettbewerbsverbote, Art. 5 (1) lit. a) bis c) VO

## BLEIBT: Gruppenfreistellung im Grundsatz

- bei Dauer des Wettbewerbsverbots von max. 5 Jahren:
  - keine unbefristeten Wettbewerbsverbote
  - keine befristeten Wettbewerbsverbote über 5 Jahre
- es sei denn, Tätigkeit aus Räumlichkeiten des Anbieters, Art. 5 (2) VO
- Nachvertragliche Wettbewerbsverbote bleiben nur in Ausnahmefällen freigestellt, Art. 5 (3) VO

# „EVERGREEN“-Klauseln: Wettbewerbsverbote, Art. 5 (1) VO

## NEU

- Automatische Verlängerung befristeter Verträge nicht mehr als „unbefristet“ legal definiert (Art. 5 S. 2 VO 2010 entfällt (!))
- Gruppenfreistellung trotz automatischer Verlängerung, wenn (LL Rn. 248)
  - effektive Wechselmöglichkeit nach Ablauf der 5 Jahre
  - angemessene Kündigungsfrist/Neuverhandlung
  - zu angemessenen Kosten

# Paritätsklauseln, Art. 5 (1) lit. d) VO

- Typische Paritätsklauseln (Meistbegünstigungsklauseln) verbieten **einem Anbieter**, keinem anderen Abnehmer bessere Konditionen anzubieten.
- **NEU**: WEITE Paritätsklauseln, die ein Online-Vermittler einem Produktanbieter für den Vertrieb über andere Plattformen auferlegt, sind nicht gruppenfreigestellt
- Aber nur graue Klausel, keine Kernbeschränkung.

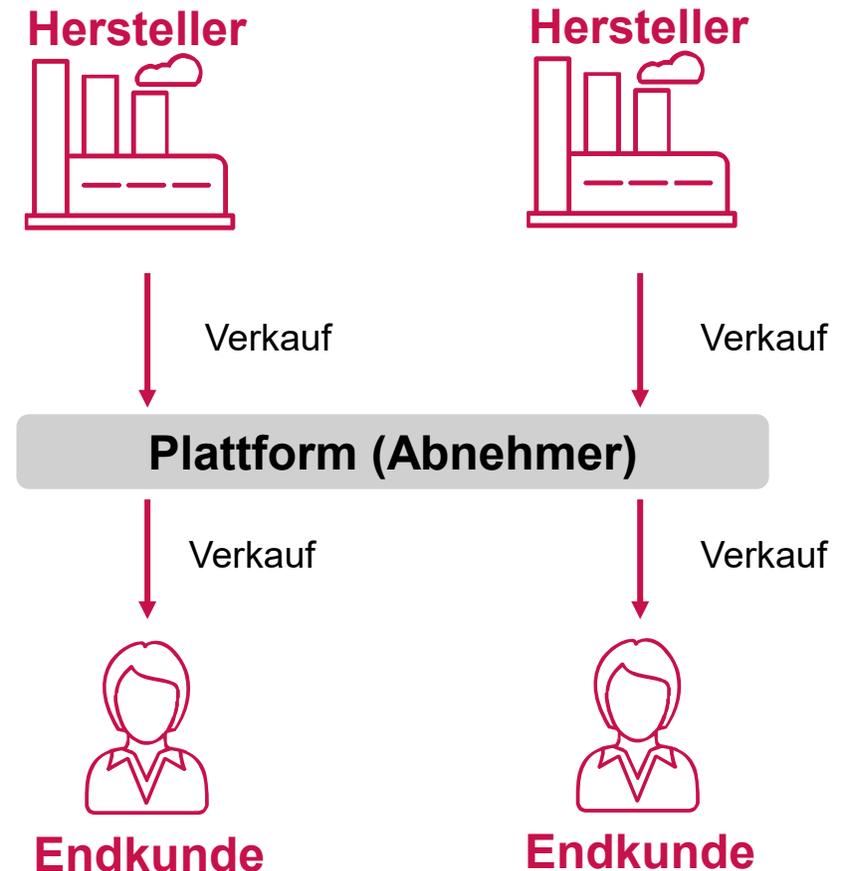
# Paritätsklauseln, Art. 5 (1) lit. d) VO

- **NEU** (Ausnahme):
  - Weite Paritätsklauseln, die **durch Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten** auferlegt werden, sind graue Klauseln und nicht gruppenfreigestellt
  - Weite Paritätsklauseln: Solche, die in Bezug auf die Einzelhandelskonditionen anderer Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten auferlegt werden, Art. 5 (1) lit. d) VO
- **BLEIBT**: Paritätsverpflichtungen in Bezug auf Direktvertriebskanäle (z.B. eigene Webseite) bleiben gruppenfreigestellt (→Trittbrettfahrerproblematik)
- **BLEIBT**: Paritätsverpflichtungen, die dem Anbieter auferlegt werden, bleiben gruppenfreigestellt (auch wenn der Anbieter OIS ist)

# Plattformen/OIS

# Vertrieb über Online-Plattform – Eigenhändler

- Plattformbetreiber = Eigenhändler  
= Abnehmer
- Preis-, Gebiets-,  
Kundenbeschränkungen zu Lasten  
der Plattform fallen unter Art. 101  
(1) AEUV und sind gem. Art. 4 VO  
zu beurteilen



# Vertrieb über Online-Plattform als Vermittler (OIS)

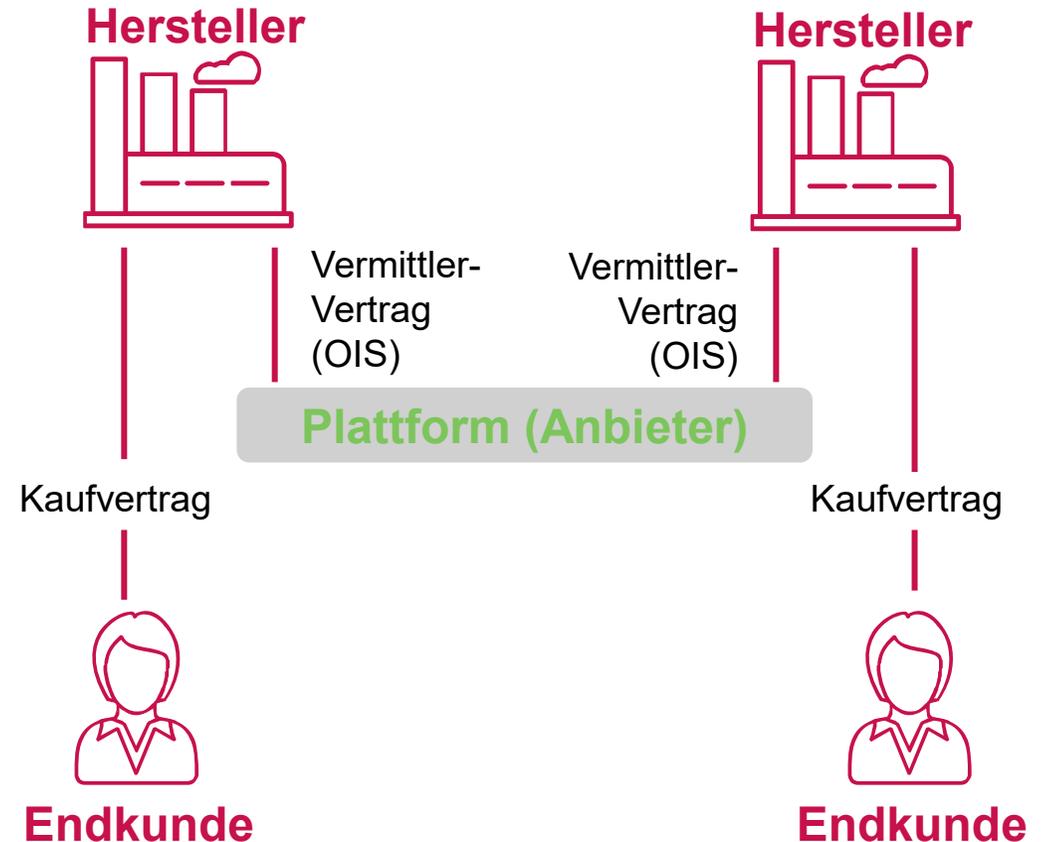
## Art. 1 lit. d)

„Anbieter“ ist auch ein Unternehmen, das **Online-Vermittlungsdienste** erbringt;

- Begründung: Der Online Vermittler verkauft seine Online-Vermittlungsleistung
- Aber: Stellt die herkömmliche Vertriebskette auf den Kopf, die Online-Vermittlungsleistung wird nicht weiterverkauft.
- Jeder Handelsvertreter verkauft auch seine Vermittlungsleistungen. Handelsvertreter sind aber per definitionen (Art. 1 lit. k) VO) Abnehmer.

# Vertrieb über Online-Plattform – (reiner) Vermittler

- Plattformbetreiber = OIS = Vermittler
- Preis-, Gebiets-, Kundenbeschränkung der Plattform fällt unter Art. 101 (1) AEUV, freistellungsfähig:
  - Art. 4 VO: bezweckte Beschränkungen des **Abnehmers?**
    - nein, denn Plattformbetreiber ist Anbieter (Art. 1 Abs. 1 lit. d) VO)
    - Marktanteile (max. 30%) berechnen sich auf dem Vermittlermarkt
- Wenn Plattform den Hersteller im Preis bindet oder Kundenkreis beschränkt: Kernbeschränkung



# Vertrieb über Online-Plattform – hybride Plattform

## NEU: Art. 2 (6) VO

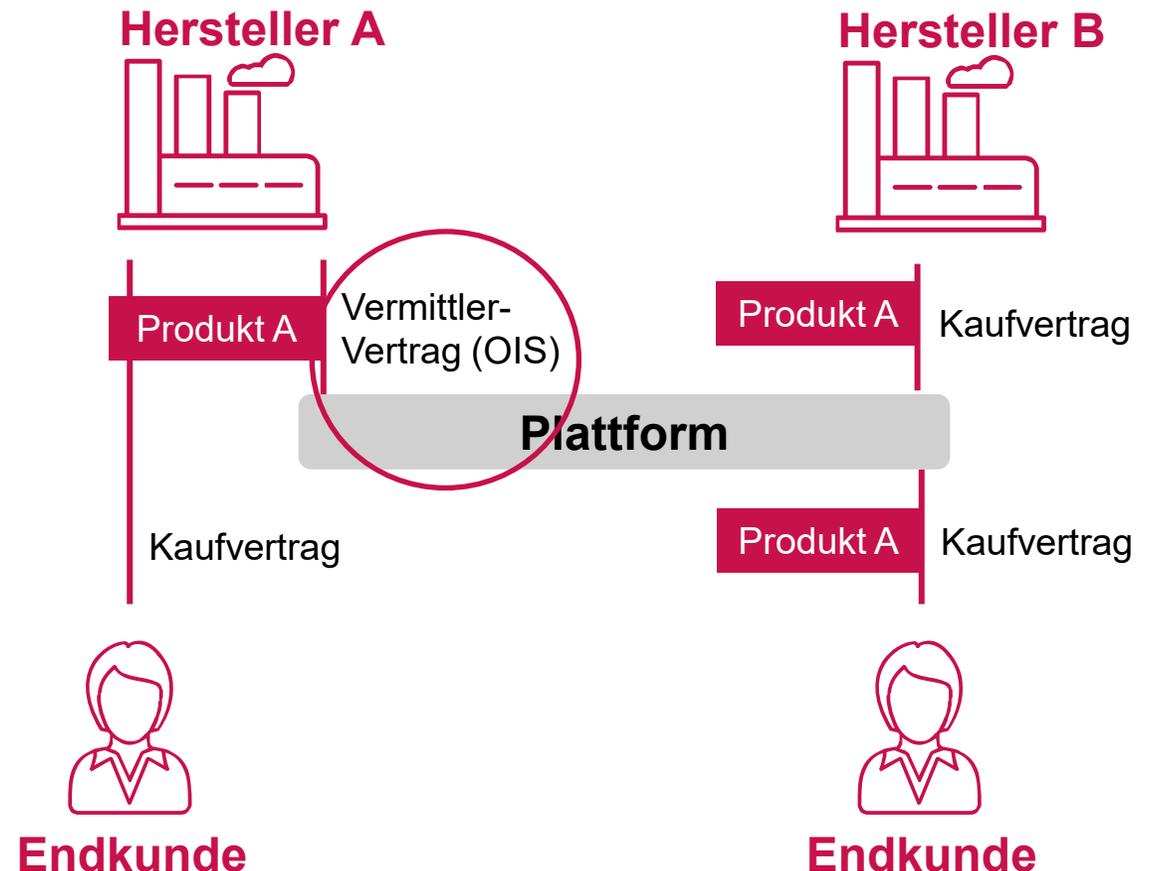
*„Die Ausnahmen nach Artikel 2 Absatz 4 (...) gelten **nicht***

- *in Bezug auf die Bereitstellung von Online-Vermittlungsdiensten,*
- *wenn der Anbieter der Online-Vermittlungsdienste ein **Wettbewerber auf dem relevanten Markt für den Verkauf der vermittelten Waren oder Dienstleistungen ist.**“*

- Ausschluss von der Gruppenfreistellung gilt nur für die Vereinbarung betreffend die Vermittlungsleistung (OIS)
- Ausschluss gilt auch für Plattformen mit kleinstem Marktanteil
- Ausschluss trifft auch Vertragspartner der Plattform (insb. KMU)
- Originäre stationäre Player mit Plattformangebot werden ihre Plattform nicht für Wettbewerber öffnen

# Vertrieb über Online-Plattform – hybride Plattform

- Plattformbetreiber vermittelt Ware (=OIS) und bietet konkurrierende Ware ebenfalls als Eigenhändler an
- Preis-, Gebiets-, Kundenbeschränkung fallen unter Art. 101 (1) AEUV
- VO für den **OIS-Vertrag (-)**, neuer Art. 2 (6) VO



# Preisbindung der zweiten Hand Retail Price Maintenance (RPM)

# Preisbindung – Art. 4 lit. a) VO - BLEIBT

- **Kernbeschränkungen sind**

- Festpreise
- Mindestpreise/ Maximalrabatte
- verbindliche Preisspannen

- **Keine Kernbeschränkung sind**

- Verbindliche Höchstpreise/  
verbindliche Mindestrabatte,  
es sei denn, sie wirken wie Fest- oder  
Mindestpreise
- Unverbindliche Preisempfehlungen
- **Bloße Maßnahmen des  
Preismonitorings (auch  
elektronisch), wenn sie nicht zur  
Preisdisziplinierung eingesetzt  
werden  
(VGL, Rn. 191 – klarstellend)**

# (Etwas) Mehr Flexibilität bei Preisvorgaben? LL Rn. 197

Preisbindung ggf. unter Art. 101 (3) AEUV freigestellt, wenn Effizienzgewinne nachgewiesen werden können, z. B.

- bei Einführung neuer Produkte, wenn es nicht möglich ist, Marketinganforderung gegenüber allen Abnehmer zu vereinbaren (für beschränkte Zeit (LL, Rn. 197 a))
- **NEU:** bei **vorübergehenden** Sonderangebotskampagnen (bis max. 6 Wochen) im Falle eines einheitlichen Vertriebsformats, z. B. Franchise (LL Rn. 197 b))
- bei Trittbrettfahrer-Problem, z. B. wenn einige Händler Service/Beratung anbieten und Kunden bei anderen Händlern, die die Leistungen nicht anbieten, zu günstigeren Preisen einkaufen (LL Rn. 197 c))
- **VORSICHT:** Fallgruppen zur Einzelfreistellung, hebt Kernbeschränkung wohl nicht auf; => die Gruppenfreistellungsverordnung entfällt für die gesamte Vereinbarung!

# Fullfillment Contracts (LL Rn. 193)

- **Was ist ein Fullfillment-Contract?**
  - Kunde hat Vertrag mit Anbieter A über einen bestimmten Preis ausgehandelt
  - Anbieter A lässt Vertrag durch Händler/Logistiker ausführen
  - LL: Keine verbotene Preisbindung, wenn der Kunde auf das Recht verzichtet, den ausführenden Händler/Logistiker auszuwählen
- **Praktisches Problem:** Wann verzichtet der Kunde auf die Auswahl?
- **Kritik:** Fallgruppe zu eng definiert: Bei (häufig subventionierten) Projektverträgen mit geringen Händlermargen mag der Kunde keinen Wert auf die Nachverhandlung des Preises legen, aber den durchführenden Abnehmer aussuchen wollen

# Key Takeways (1)

## Dualer Vertrieb – Änderung Anwendungsbereich, Neuregelung Informationsaustausch

### Kundenkreis-/Gebietsbeschränkungen

- Neue Struktur (Alleinvertrieb, selektiver Vertrieb, freier Vertrieb); Art. 4 lit. b)-d) VO
- Neue Kernbeschränkung: Verhinderung effektiver Nutzung des Internets; Art. 4 lit. e) VO
- Aktiv- und Passivverkäufe: (erstmalige) Definition in Art. 1 lit. l)-m) VO
- Alleinvertrieb: Erweiterter Anwendungsbereich, Art. 1 lit. g) VO
- Verbesselter Schutz bei Nebeneinander von exklusivem und selektiven Vertriebs, Art. 4 lit. b-d) VO

# Key Takeaways (2)

## Internetvertrieb

- Verhinderung effiziente Internetnutzung = Kernbeschränkung
- Ausgestaltung der Modalitäten des Internetvertriebs keine Kernbeschränkung
- Doppelpreissystemen (Dual Pricing) und unterschiedliche Kriterien im Online- und Offlinevertrieb (Äquivalenzprinzip) ggf. freistellungsfähig
- Drittplattformverbote keine Kernbeschränkung
- Verbot ganzer Werbekanäle = Kernbeschränkung

# Key Takeaways (2)

## Online-Plattformen

- Plattformen, die als Eigenhändler agieren, werden weiterhin wie Händler behandelt (=Abnehmer)
- Online-Vermittlungs-Plattformen (OIS) werden als Anbieter ihrer Vermittlungsleistung definiert (Art. 1 lit. d) VO); Kernbeschränkungen gelten daher „in umgekehrte Richtung“
- Weite Paritätsklauseln für OIS nicht mehr gruppenfreigestellt (Art. 5 (1) lit. d) VO)
- OIS sollen keine echten HV sein (relevant vor allem für die hybriden HV)
- Verträge über das Angebot von Vermittlungsleistungen mit hybriden Plattformen nicht mehr gruppenfreigestellt (Art. 2 (6) VO)

# Key Takeaways (3)

## Handelsvertreter

- Recht ändert sich nicht, aber Aussagen in Leitlinien können Handlungsbedarf erzeugen oder geben mehr Rechtssicherheit
- Auch ein kurzfristiger Erwerb von Eigentum nicht für Qualifizierung als echter Handelsvertreter schädlich
- Prüfen Sie, ob die Regelung zur Erstattung von Kosten des Handelsvertreters mit neuen Ausführungen der Kommission übereinstimmen!
- Hybrider Handelsvertreter: Abgrenzung der Risiken und Übernahme von Kosten in Übereinstimmung mit den Leitlinien geregelt? Kein Zwang des HV in Händlereigenschaft (und umgekehrt) für anderes Produkt?

# Weiterführende Lektüre

## Blogbeiträge:

<https://www.luther-lawfirm.com/newsroom/blog/detail/kartellrecht-im-vertrieb-wo-stehen-wir-bei-der-reform-der-gruppenfreistellungsverordnung> (21.12.2021)

+++Brandneue Gruppenfreistellungsverordnung für Vertriebsverträge: Änderungen ab 1. Juni 2022+++ näher an den Bedürfnissen der Märkte – neue Spielräume und Fallstricke für Unternehmen | LUTHER Rechtsanwalts-gesellschaft mbH (luther-lawfirm.com)

## Aufsätze

Wegner/Schwenker/Altdorf: Die neue Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung (EU) 2022/720 nebst Vertikal-Leitlinien – Kontinuität und Umbruch in der Vertriebspraxis  
In ZWeR 3/2022, S. 243ff.

## Dokumente des Reformprozesses

[https://ec.europa.eu/competition-policy/public-consultations/2021-vber\\_en](https://ec.europa.eu/competition-policy/public-consultations/2021-vber_en)

**Stellungnahmen der Studienvereinigung Kartellrecht zu den diversen Konsultationsrunden, v.a. vom 17.09.2021 und 4. Februar 2022**

<https://www.studienvereinigung-kartellrecht.de/publikationen/stellungnahmen> (studienvereinigung-kartellrecht.de)

**Vielen Dank!**

# Ihre Ansprechpartner



**Dr. Sebastian Felix Janka, LL.M.**  
**Partner**

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH  
Karlstraße 10-12, 80333 München  
T +49 89 23714 10915  
F +49 89 23714 110  
sebastian.janka@luther-lawfirm.com



**Dr. Helmut Janssen, LL.M.**  
**Partner**

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH  
Avenue Louise 326, 1050 Brüssel, Belgien  
T +32 2 627 77 63  
F +32 2 627 77 61  
helmut.janssen@luther-lawfirm.com



**Benjamin Schwenker**  
**Counsel**

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH  
Graf-Adolf-Platz 15, 40213 Düsseldorf  
T +49 211 5660 15864  
F +49 211 5660 110  
Benjamin.schwenker@luther-lawfirm.com



**Anne C. Wegner, LL.M.**  
**Partnerin**

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH  
Graf-Adolf-Platz 15, 40213 Düsseldorf  
T +49 211 5660 18742  
F +49 211 5660 110  
anne.wegner@luther-lawfirm.com



**Dr. Holger Stappert**  
**Partner**

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH  
Graf-Adolf-Platz 15, 40213 Düsseldorf  
T +49 211 5660 24843  
F +49 211 5660 110  
holger.stappert@luther-lawfirm.com



**Dr. Guido Jansen**  
**Partner, Dipl.-Kfm.**

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH  
Graf-Adolf-Platz 15, 40213 Düsseldorf  
T +49 211 5660 24844  
F +49 211 5660 110  
guido.jansen@luther-lawfirm.com

# Luther.

Die Angaben in dieser Präsentation sind ausschließlich für die genannte Veranstaltung bestimmt. Die Überlassung der Präsentation erfolgt nur für den internen Gebrauch des Empfängers. Die hier zusammengestellten Texte und Grafiken dienen allein der Darstellung im Rahmen dieser Veranstaltung und dokumentieren die Thematik ggf. nicht vollständig.

Die Präsentation stellt keine Rechts- oder Steuerberatung dar und wir haften daher nicht für den Inhalt. Diese erfolgt individuell unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls auf der Grundlage unserer Mandatsvereinbarung. Die Verteilung, Zitierung und Vervielfältigung – auch auszugsweise – des Inhalts zum Zwecke der Weitergabe an Dritte ist nur nach vorheriger Absprache gestattet.

# Luther.

**Bangkok, Berlin, Brüssel, Delhi-Gurugram, Düsseldorf, Essen, Frankfurt a. M., Hamburg, Hannover, Ho-Chi-Minh-Stadt, Jakarta, Köln, Kuala Lumpur, Leipzig, London, Luxemburg, München, Shanghai, Singapur, Stuttgart, Yangon**

Weitere Informationen finden Sie unter  
[www.luther-lawfirm.com](http://www.luther-lawfirm.com)  
[www.luther-services.com](http://www.luther-services.com)