

## **Lubberger Lehment stärkt den Selektivvertrieb**

Der Gerichtshof der Europäischen Union hat heute in einem Grundsatzurteil die Rechte der Markeninhaber bei der Verteidigung selektiver Vertriebssysteme bestätigt. Er hat entschieden, dass ein Hersteller von Luxus-Parfums wie die Klägerin Coty ihren Vertragshändlern weitgehende Vorgaben für ihren Internetvertrieb machen und dabei auch den Vertrieb über Online-Plattformen weitgehend beschränken können. Geklagt hatte Coty, weil ein Vertragshändler die Verkaufsbeschränkungen nicht beachtete und die Coty-Produkte neben seinem Online-Shop auch noch auf einem großen Online-Marktplatz zum Verkauf anbot. Für seinen Vertragsverstoß machte der Händler geltend, dass die entsprechenden Vertragsklauseln kartellrechtswidrig seien. Das OLG Frankfurt hatte dem Gerichtshof grundlegende Fragen zur Beantwortung vorgelegt. Dies geschah vor dem Hintergrund einer sehr kontroversen Diskussion dieser Fragen vor allem in Deutschland. Der Gerichtshof hat diese Fragen nun sämtlich im Sinne von Coty entschieden.

Coty verbietet seinen Händlern nicht generell den Vertrieb über das Internet, sondern lässt den Internetvertrieb dann zu, wenn gleichzeitig ein stationäres Geschäft betrieben wird. Außerdem macht Coty den Händlern vertragliche Vorgaben beim Handel im Internet wie im stationären Geschäft. Zu diesen Vorgaben gehört unter anderem die Pflicht, den Onlinehandel unter derselben Firmierung wie das stationäre Geschäft zu betreiben, sowie das Verbot einer erkennbaren Einbindung von Drittunternehmen in den Vertrieb.

Diese Vorgaben schließen eine Nutzung von Online-Marktplätzen gemäß ihren derzeitigen Geschäftsmodellen durch die Vertragshändler aus. Das hat der Gerichtshof grundsätzlich gebilligt. Er hat zunächst bestätigt, dass Luxusmarkenhersteller ihre Produkte weiter selektiv vertreiben dürfen, das heißt dass sie berechtigt sind, nur an Händler zu liefern, die bestimmte, im Voraus festgelegte Kriterien erfüllen. Der Gerichtshof bestätigt damit die jahrelange Entscheidungspraxis und Rechtsprechung der EU-Kommission sowie von EuG und EuGH. Unsicherheit war entstanden durch ein Urteil des EuGH von 2011 zum selektiven Vertriebssystem des französischen Konzerns Pierre Fabre, Dieser hatte den Vertrieb über das Internet faktisch komplett untersagt. Der EuGH urteilte seinerzeit, dass eine Luxusmarke Beschränkungen des Internetvertriebs nicht rechtfertigen könne. Durch das heutige Urteil ist klar, dass allein ein solches Totalverbot auch durch die Pflege einer Luxusmarke nicht zu rechtfertigen ist.

Gerade vor dem Hintergrund der Zwischenschaltung zahlreicher Intermediäre im heutigen Internet-Vertrieb mit unklaren Verantwortlichkeiten und vielfach unzureichenden Verbraucherinformationen ist das von Coty verfolgte Multi-Channel-Konzept des direkten Strangs vom Hersteller über den Fachhändler hin zum Verbraucher ein Qualitätsausweis. Mit der Anerkennung dieses Konzepts als Qualitätsmerkmal öffnet der Gerichtshof den Weg für ein neues Online-Format des sicheren Qualitätsangebots mit Originalware, Beratungskompetenz, Kundendienst und klarer Haftungsverantwortlichkeit. Überzeugend bringt der Gerichtshof hier die weit vor Aufkommen des Internetvertriebs entwickelten Metro-Prüfkriterien zur Anwendung und billigt Coty zu, nur solche Händler in sein Vertriebsnetz aufzunehmen, die sich der von Coty geforderten Transparenz und Verantwortlichkeit verpflichten und sich vom unsicheren Umfeld der Plattformen freihalten.

Das hat zur Folge, dass das allgemeine Kartellverbot des Art. 101 Abs. 1 AEUV nicht zur Anwendung kommt und sich für Coty die Frage nach einer (Gruppen- oder Einzel-) Freistellung nicht mehr stellt.

Der Gerichtshof beantwortet jedoch auch die Vorlagefragen des OLG Frankfurt zur Gruppenfreistellung: Die Qualitätsvorgaben von Coty würden nicht gegen die schwarzen Klauseln der Vertikal-GVO verstoßen. Zum einen werde nicht eine Beschränkung des Zugangs auf eine bestimmte Kundengruppe bewirkt. Es handele sich bei den Nutzern der Drittplattformen nicht um eine abgrenzbare Kundengruppe. Zum anderen stelle die Klausel keine unzulässige Beschränkung des passiven Verkaufs an Endverbraucher im Sinne von Art. 4 c) der Vertikal-GVO dar, weil der autorisierte Händler noch über seine autorisierte Internetseite Verbraucher erreichen kann.

Vertreter Coty

Lubberger Lehment (Berlin): Dr. Andreas Lubberger, Dr. Bernd Weichhaus,  
Associates Dr. Rani Mallick, Dr. David Weller und Eva Maierki