

LG Mannheim: Herstellerverbot der Veräußerung von Markenwaren über eBay zulässig

☒ Das LG Mannheim hat in seinem Urteil vom 14.03.2008 (7 O 263/07) entschieden, dass ein Verbot des Herstellers, seine hochpreisigen Markenwaren über Internetauktionsplattformen wie eBay zu veräußern, nicht gegen wettbewerbsrechtliche Vorschriften verstößt. Anders hatte zuvor das LG Berlin über ein Verbot des Herstellers Scout entschieden (Urteil v. 24. Juli 2007, 16 O 412/07).

Lesen Sie mehr über die unterschiedlichen Begründungen der Gerichte zu Internet-Vertriebsverboten.

In dem vom LG Mannheim entschiedenen Fall stritten sich ein Hersteller von Schulranzen und Schulrucksäcken und ein Einzelhändler darum, ob der Hersteller dem Einzelhändler als "zugelassenem Vertriebspartner" den Verkauf ihrer Waren über Internetauktionsplattformen wie eBay untersagen und im Falle eines Verstoßes die Belieferung des Vertriebspartners einstellen darf. Dabei verwendete der Hersteller ein sog. „System des selektiven Vertriebs“.

Das LG Mannheim hatte sich zunächst mit der Vorfrage zu befassen, welche Anforderungen an ein solches selektives Vertriebssystem zu stellen sind:

„Bei einem selektiven Vertrieb handelt es sich um eine Form des Warenabsatzes, bei der die Hersteller bestimmte Anforderungen an die Verkaufsstätten stellen und diese Kriterien durchsetzen. ...

Solche Einschränkungen für einen selektiven Vertrieb sind dann keine Wettbewerbsbeschränkung i.S. des § 1 GWB, wenn die Auswahl der Wiederverkäufer an objektive Gesichtspunkte qualitativer Art anknüpfen, die sich auf die fachliche Eignung des Wiederverkäufers, seines Personals oder seiner sachlichen Ausstattung beziehen und diese einheitlich und diskriminierungsfrei angewendet werden.“

Das selektive Vertriebssystem des Unternehmers erfülle diese Voraussetzungen, so das Gericht. Die Auswahl der Wiederverkäufer knüpfe an objektive Gesichtspunkte rein qualitativer Art an. Sie würden einheitlich und diskriminierungsfrei angewendet.

Die Annahme einer Wettbewerbsbeschränkung i.S. des § 1 GWB sei weiterhin nicht begründet, so das LG Mannheim. § 1 GWB verbietet Vereinbarungen zwischen Unternehmen, die eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs bezwecken oder bewirken.

Die Auswahlkriterien der Beklagten verbieten nicht den gesamten Vertrieb über das Internet, stellen somit keine völlige Beschränkung des Absatzweges dar. Ausgeschlossen werde eine bestimmte Absatzmethode, nämlich das Angebot auf Auktionsplattformen wie ebay. Die Beschaffenheit der in Rede stehenden Produkte rechtfertigte einen selektiven Vertrieb:

„Die in diesem Rahmen vereinbarten Lieferbeschränkungen sind auch grundsätzlich erforderlich. Die von der Beklagten veräußerten Schulrucksäcke und Schulranzen stellen eher hochpreisige Produkte dar, die als Markenprodukte entwickelt und mit Werbeaufwand vermarktet werden. ... es handelt sich jedoch um Produkte, die in besonderer Weise auf die Qualität (Strapazierfähigkeit, Wasserundurchlässigkeit, Haut- und Umweltfreundlichkeit) und Herkunft aus dem Hause der Beklagten unter Einsatz der Marken als Imageträger abstellen.“

Es komme daher nicht auf die zwischen den Parteien streitige Frage der Freistellung der Vereinbarung nach § 2 GWB an.

Anders hat zu dieser Frage zuvor das LG Berlin mit Urteil vom 24. Juli 2007 (16 O 412/07)

entschieden. Im damals entschiedenen Fall wollte der Antragsteller der Antragsgegnerin im Wege einstweiligen Rechtsschutzes untersagen lassen, seine Belieferung mit Produkten zweier bestimmten Marken davon abhängig zu machen, dass er diese Waren nicht über eBay anbietet. Das LG Berlin hat damals eine Verletzung des § 1 GWB bejaht:

„Der in den Auswahlkriterien vorgesehene Ausschluss des Vertriebs über das Internet auf der Handelsplattform eBay stellt eine Einschränkung des Wettbewerbs dar, weil dadurch die Handlungsfreiheit der an der Vereinbarung beteiligten Unternehmen beschränkt wird.“

Hier wurde auch eine Freistellung nach § 2 Abs. 2 S. 1 GWB i. V. m. Art. 2 VO 2790/1999 ausgeschlossen, wonach eine Freistellung sog. vertikaler Vertriebsvereinbarungen vorgesehen ist. Es war davon auszugehen, dass die Antragsgegnerin an dem relevanten Markt, auf dem sie die Vertragswaren verkauft, mehr als 30 % Marktanteil besitzt.

LG Mannheim hat hingegen auch einen Verstoß gegen das Diskriminierungsverbot von § 20 GWB verneint. Eine Normadressateneigenschaft des Herstellers bezüglich § 20 GWB hat das Gericht zwar angenommen. Maßgeblich dabei sei, ob etwaige Abhängigkeit des Klägers vom Hersteller gegeben ist:

„Bei dem zu bewertenden Marktanteil ist dabei auf den generellen Marktanteil abzustellen, d.h. auf den Anteil, den das Spitzengruppenprodukt allgemein am Markt errungen hat. Nicht abzustellen ist dagegen auf den Anteil, mit dem der die Diskriminierung geltend machende Händler in der Vergangenheit beliefert wurde. In der Rechtsprechung sind in der Vergangenheit Marktanteile von 9 bis 10 % auf bestimmten Teilmärkten für die Begründung einer Spitzenstellung (und einer davon ausgehenden Abhängigkeit) als ausreichend angesehen worden.“

Eine Verletzung des § 20 GWB sei aber abzulehnen:

„Der Ausschluss eines Verkaufs der Markenware von Schulranzen und Schulrucksäcken über ... und vergleichbare Auktionsformate im Internet ist weder eine unbillige Behinderung noch eine unterschiedliche Behandlung ohne sachlich gerechtfertigten Grund...

Nach ständiger Rechtsprechung erfolgt die Feststellung der Unbilligkeit bzw. der fehlenden sachlichen Rechtfertigung aufgrund einer Abwägung der Interessen der Beteiligten ... unter Berücksichtigung der auf die Freiheit des Wettbewerbs gerichteten Zielsetzung des GWB. ...

Dabei sind nicht allein die Interessen des Normadressaten sowie des unmittelbar behinderten Unternehmens, sondern darüber hinaus auch die Interessen der in den Schutzbereich der Vorschrift einbezogenen mittelbar behinderten Unternehmen zu berücksichtigen.“

Bei der Interessenabwägung ist das Gericht zum Ergebnis gekommen, dass keine Unbilligkeit bzw. fehlende sachliche Rechtfertigung vorliege:

„Das Interesse der Klägerin an dem zusätzlichen Erschließen einer bestimmten Absatzmethode, nämlich der Darstellung einzeln zu verkaufender Gegenstände auf einer Auktionsplattform wie ... tritt hinter das Interesse eines sein Markenimage bewahrenden Herstellers durch Anlegen qualitativer Kriterien bei der Darstellung der Sortimentstiefe und Ergänzungswaren zurück. Ebenso wie bei der Ausstattung der Verkaufsräume beim stationären Einzelhandelsgeschäft hat ein Markeninhaber ein berechtigtes Interesse daran, dass seine Marke auch im Internet in vergleichbarer Weise dargestellt wird.“

Auch die Annahme eines Missbrauchs i.S.d. § 19 Abs. 1 GWB scheide aus. Da die Anwendung des entsprechenden Auswahlkriteriums nicht gegen die kartellrechtlichen Vorschriften verstöße, scheide auch die Annahme eines Kartellverstoßes gegen § 21 GWB aus.

OLG Karlsruhe bestätigt

Mit Urteil vom 25.11.2009 (6 U 47/08 Kart.) hat das OLG Karlsruhe die Entscheidung des Landgerichts bestätigt.

Hierbei wich das Gericht nicht von der Begründung des erstinstanzlichen Urteils ab.

Fazit

Im Zweifel sollte mit dem Hersteller geklärt werden, ob ein bestimmter Vertriebsweg unerwünscht ist. In einem solchen Fall sollte dann ggf. ein spezialisierte Anwalt hinzugezogen werden, um die Wirksamkeit des konkreten Vertriebsverbotes zu prüfen. (cf)