Anbieter von Luxusartikeln darf Händler den Verkauf über amazon verbieten

Selektive Vertriebssysteme sorgen bei Online-Händlern immer wieder für Ärger. Der EuGH hat jetzt entschieden, dass die Hersteller von Luxusartikeln den Handel über Plattformen wie amazon im Rahmen dieser selektiven Vertriebssysteme verbieten dürfen.

Ein Anbieter von Luxuskosmetika setzt zum Vertrieb seiner Produkte ein selektives Vertriebssystem ein, diese Produkte dürfen also nur von autorisierten Händlern verkauft werden.

Dabei gab es klare Vorgaben an die Händler hinsichtlich Umgebung, Ausstattung und Einrichtung der Geschäfte. Grundsätzlich war auch der Vertrieb über das Internet erlaubt, sofern sie einen eigenen Online-Shop betrieben oder nicht autorisierte Drittplattformen einschalteten, wobei es nicht erkennbar sein durfte, dass es sich um eine Drittplattform handelt.

Ausdrücklich verboten war der Vertrieb über Drittplattformen, die für den Verbraucher erkennbar in Erscheinung traten.

Selektives Vertriebssystem zulässig

Der Hersteller verklagte einen seiner Händler, weil dieser die Produkte auch über amazon anbot. Das OLG Frankfurt hatte Zweifel an der Zulässigkeit der entsprechenden Beschränkung und befragte daher den EuGH (Urt. v. 6.12.2017, C-230/16), welcher nun seine Entscheidung verkündete.

Der EuGH hat betont, dass ein selektives Vertriebssystem für Luxuswaren, das primär der Sicherstellung des Luxusimages dient, nicht gegen europäisches Kartellrecht verstößt. Allerdings müssen hierfür die folgenden Bedingungen erfüllt sein:

die Auswahl der Händler muss anhand objektiver Kriterien qualitativer Art erfolgen
diese Kriterien müssen für alle Händler gelten und ohne Diskriminierung angewendet werden
sie dürfen nicht über das erforderliche Maß hinausgehen

> *“Der Gerichtshof weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass die Qualität von Luxuswaren nicht allein auf ihren materiellen Eigenschaften beruht, sondern auch auf ihrem Prestigecharakter, der ihnen eine luxuriöse Ausstrahlung verleiht. Diese Ausstrahlung ist ein wesentliches Element solcher Waren, da die Verbraucher sie dadurch von anderen ähnlichen Produkten unterscheiden können. Daher ist eine Schädigung der luxuriösen Ausstrahlung geeignet, die Qualität der Waren selbst zu beeinträchtigen.”*

Verkaufsverbot über amazon zulässig

Weiter stellte der Gerichtshof fest, dass auch das Verkaufsverbot über Plattformen zulässig sein kann. Aber auch für solche Vertragsklauseln müssen bestimmte Bedingungen erfüllt sein:

die Klausel dient dazu, das Luxusimage der Waren sicherzustellen
sie wird einheitlich festgelegt
sie wird ohne Diskriminierung angewendet
sie steht in einem angemessenen Verhältnis zum Ziel
Das Gericht hielt die streitgegenständliche Klausel des Herstellers – vorbehaltlich einer Prüfung durch das OLG Frankfurt – für rechtmäßig.

Für den Gerichtshof stand zunächst fest, dass die Klausel das Luxusimage sicherstellen solle. Weiter ging er davon aus, dass die Klausel einheitlich und ohne Diskriminierung angewendet werde.

> *“Dieses Verbot dürfte auch nicht über das hinausgehen, was erforderlich ist, um das Luxusimage der Waren sicherzustellen. Insbesondere kann es – mangels einer Vertragsbeziehung zwischen dem Anbieter und den Drittplattformen, die es dem Anbieter erlauben würde, von den Plattformen die Einhaltung der Qualitätsanforderungen zu verlangen, die er seinen autorisierten Händlern auferlegt hat – nicht als ebenso wirksam wie das streitige Verbot angesehen werden, wenn diesen Händlern gestattet würde, solche Plattformen unter der Bedingung einzuschalten, dass sie vordefinierte Qualitätsanforderungen erfüllen.”*

Fazit

Ob solche Handelsbeschränkungen in selektiven Vertriebssystemen zulässig sind oder nicht, muss man immer im Einzelfall anhand der jeweiligen Klausel und ihrer Anwendung durch den Hersteller prüfen. Kommt man zu dem Ergebnis, dass diese zulässig sind, sollte man sich auch daran halten. Denn: Verstößt man dagegen, drohen sehr hohe Schadenersatzforderungen der Hersteller. (mr)

Bildnachweis: F. JIMENEZ MECA/shutterstock.com