

Hersteller von Markenwaren können Verkauf über Amazon verbieten

Auf Plattformen wie Amazon und eBay sind häufig auch Luxusprodukte besonders günstig zu finden. Einige Hersteller wünschen den Verkauf ihrer Produkte über diese Plattformen jedoch nicht. Das OLG Frankfurt hat sich mit der Frage beschäftigt, ob solche Verkaufsverbote zulässig sind.

Das OLG Frankfurt (Urt. v. 12.7.2018, 11 U 96/14 Kart.) hatte einen Streit zwischen einem Hersteller von Markenkosmetikprodukten und einem seiner autorisierten Einzelhändler (Depositär) zu entscheiden. Der beklagte Händler vertreibt die Produkte des Klägers in seinem Ladengeschäft, im eigenen Online-Shop sowie über Amazon.

Bezüglich des Verkaufs im Internet hatten die beiden Parteien vereinbart, dass "die Führung eines anderen Namens oder die Einschaltung eines Drittunternehmens, für welche die Autorisierung nicht erteilt wurde, (...) dem Depositär nicht gestattet" sei.

Der Händler war berechtigt, die Produkte im Internet zu verkaufen, sofern der "Luxuscharakter der Produkte gewahrt" bleibe. Mit der Klage wollte der Hersteller dem Händler untersagen, bestimmte Markenprodukte über Amazon zu verkaufen. Dieser Verkauf unterfalle dem vereinbarten Verbot, nicht autorisierte Drittunternehmen einzuschalten.

EuGH gibt grünes Licht

Nachdem das Landgericht die Klage zunächst abgewiesen hatte, befragte das OLG auf die Berufung des Klägers hin den EuGH zum europäischen Wettbewerbsrecht. Mit dessen Auslegungsvorgaben (Urt. v. 6.12.2017, C-230/16) kam das OLG zu dem Ergebnis, dass das Verkaufsverbot zulässig ist.

Die Vereinbarung gehöre zum Bereich der freigestellten und damit kartellrechtlich unbedenklichen Vereinbarungen im Sinne der Vertikal-GVO. Werbemaßnahmen über Dritte, bei denen lediglich eine Weiterleitung auf den Internetshop der Beklagten weitergeleitet würden, seien davon aber nicht eingeschlossen und einem Verbot unzugänglich.

Kartellrecht anwendbar?

Im Prozess vor dem OLG Frankfurt kam die Frage auf, ob das Kartellrecht überhaupt auf die Klausel mit dem Verkaufsverbot im Internet anwendbar sei.

Qualitative selektive Vertriebsvereinbarungen, um die es sich hierbei handele, seien nach der Rechtsprechung des EuGH zulässig,

"wenn die Auswahl der Wiederverkäufer anhand objektiver Gesichtspunkte qualitativer Art erfolgt, die einheitlich (...) festgelegt und ohne Diskriminierung angewendet werden, wenn die Eigenschaften des fraglichen Erzeugnisses zur Wahrung seiner Qualität (...) ein solches Vertriebsnetz erfordern und sofern die festgelegten Kriterien schließlich nicht über das erforderliche Maß hinausgehen."

Dabei stellte der EuGH klar,

"dass auch die Sicherstellung des Luxusimages von Waren, deren Qualität nicht allein auf ihren materiellen Eigenschaften beruht, sondern auch auf ihrem Prestigecharakter, der ihnen eine luxuriöse Ausstattung verleiht, die Einrichtung eines selektiven Vertriebssystems rechtfertigen kann."

Um die Qualität der Luxuswaren zu wahren, könne auch die Errichtung eines selektiven Vertriebssystems gemäß des Kriteriums einer hochwertigen Art der Darbietung erforderlich sein. Im Ergebnis ließ das Gericht die Frage nach der generellen Anwendbarkeit des Kartellrechts allerdings offen.

Die Marktanteile der beteiligten Vertragspartner jeweils weniger als 30% betrug, war die Vereinbarung nach den Ausnahmegesetzen der Art. 101 Abs. 3 AEUV, Art. 2 ff Vertikal-GVO jedenfalls vom Kartellrecht ausgenommen.

Für eBay bereits entschieden

Das Urteil des OLG Frankfurt ist nicht das erste seiner Art. Vor mehr als 10 Jahren hatte das LG Mannheim (Urt. v. 14.3.2008, 7 O 263/07) über einen ähnlichen Fall entschieden.

In diesem Fall hatte der Hersteller der Schulranzen-Marken "Der echte Scout" (Scout) und "4YOU - the original" (4YOU) einem autorisierten Händler den Verkauf über eBay verboten, da dieser nicht den Qualitätsansprüchen des Herstellers genügen könne. Auch hier hatte das Gericht dem Hersteller Recht gegeben und das Verbot für zulässig erklärt.

Das Interesse des Herstellers, das Image und den Qualitätscharakter seiner Produkte sicherzustellen hatte nach Ansicht des Gerichts das Interesse des Händlers auf wettbewerbliche Freiheit überwogen.

Dagegen hatte das LG Berlin (Urt. v. 24.7.2007, 16 O 412/07) eine einstweilige Verfügung gegen denselben Hersteller und wegen derselben Vereinbarung mit einem anderen Händler erlassen.

Ob sich das Verbot auf eBay oder Amazon oder eine andere Plattform bezieht, ist grundsätzlich unerheblich. Maßgeblich ist nur die mögliche Einschränkung des Wettbewerbs und die Frage, ob diese Einschränkung kartellrechtlich relevant ist.

Fazit

Grundsätzlich spielt es keine Rolle, ob Sie Waren über den eigenen Shop, eBay oder den Amazon-Marketplace verkaufen. Vielen Herstellern kommt es nur auf eine möglichst große Absatzmenge an. Den Rest regelt der Wettbewerb, insbesondere, dass keine Dumping-Preise entstehen.

Bei bestimmten Markenwaren ist es aber anders. Hier wollen die Hersteller ein bestimmtes Luxus-Image aufrechterhalten, dass nach deren Ansicht nicht mit dem Kontext von Internet-Marktplätzen vereinbar ist. Dazu kann man stehen, wie man möchte, relevant ist allein die Frage, ob solche Vertriebsverbote wirksam sind.

Ein weiteres Gericht sagte nun: Ja. Auch ein Verbot, auf dem Amazon-Marketplace zu verkaufen, kann wirksam sein. Der Teufel steckt aber im Detail. Kartellrechtliche Fragen können die Fälle zusätzlich verkomplizieren. Prüfen Sie daher unbedingt Ihre Verträge mit den Herstellern und suchen sich individuellen Rat, wenn Sie abweichend davon handeln wollen.