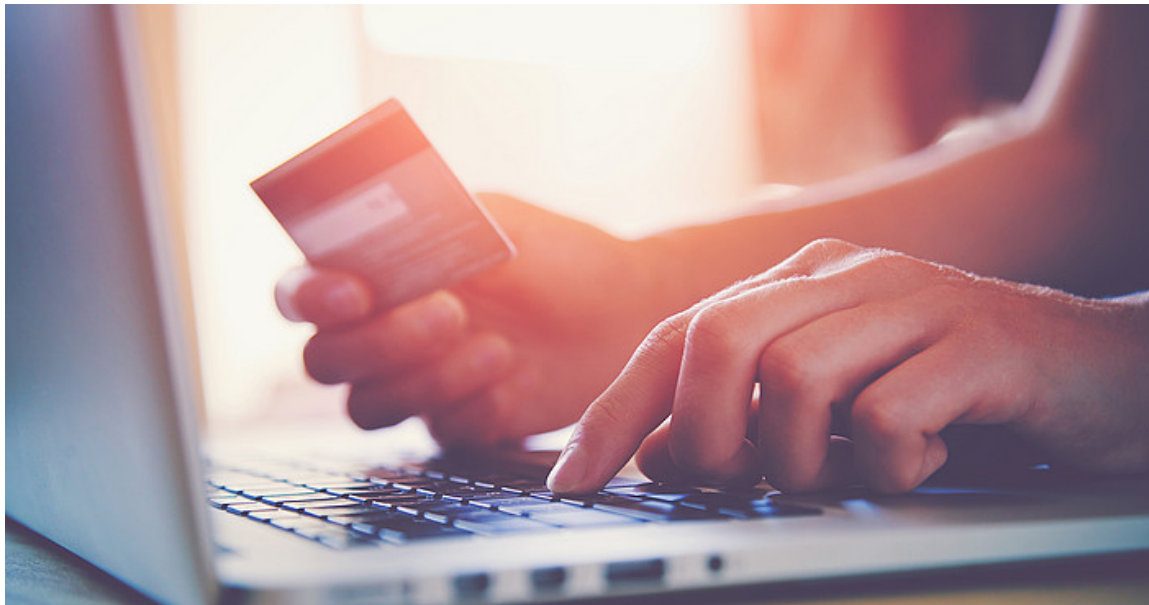


[Zurück zur Übersicht](#)

06. December 2017

## Praxisinfo Kartellrecht: Coty Entscheidung - Hersteller dürfen Vertrieb über Internetplattformen unter bestimmten Bedingungen verbieten



Am 06.12.2017 hat der Gerichtshof der Europäischen Union entschieden, dass Hersteller von Luxusgütern ihren Händlern unter gewissen Bedingungen untersagen dürfen, die bezogenen Waren über Internetplattformen zu verkaufen.

Der entschiedene Fall *Coty Germany/Parfümerie Akzente* (C-230/16) betrifft eine Vertragsklausel des Parfümherstellers Coty, die es einer Parfümerie verbietet, von Coty bezogene Produkte über Internetplattformen wie Amazon marketplace oder Ebay zu vertreiben.

Nach dem heutigen Urteil sind solche Plattformverbote kartellrechtlich zulässig, wenn (1) das betreffende Produkt ein Luxusimage besitzt und das Verbot dem Schutz dieses Images dient, (2) das Verbot nicht über das hinausgeht, was für diesen Schutz erforderlich ist und (3) der Hersteller das Verbot diskriminierungsfrei gegenüber allen Händlern anwendet.

Der Fall betraf ein selektives Vertriebssystem, d.h. ein System, in dem sich der Anbieter verpflichtet, die Vertragswaren unmittelbar oder mittelbar nur an zugelassene Händler zu verkaufen. Diese wählt der Hersteller anhand von ihm allgemein definierter, meist qualitativer Kriterien (z.B. Anforderungen an die Dekoration des Ladenlokals oder Webshops) aus und verpflichtet sich, die betreffenden Waren nur an solche zugelassenen Händler zu verkaufen. Im Gegenzug verpflichten sich die zugelassenen Händler, die Produkte nur an andere zugelassene Händler oder an Endkunden zu verkaufen. Damit ein selektives Vertriebssystem kartellrechtlich zulässig ist, müssen die beteiligten Unternehmen bestimmte Voraussetzungen erfüllen, was in vielen Fällen aber ohne weiteres möglich ist.

Das Urteil lässt offen, ob Plattformverbote für **alle** Waren zulässig sind, die in selektiven Vertriebssystemen vertrieben werden, oder ob dies nur für Waren **mit Luxusimage** gilt.

Offen bleibt auch, ob dies für **alle** selektiven Vertriebssysteme gilt oder nur für solche, die besonders strenge Kriterien erfüllen und deshalb von den Behörden von vorneherein als **nicht wettbewerbsbeschränkend** angesehen werden.

Wichtig ist auch, dass das Urteil nur den Vertrieb über Plattformen **Dritter** betrifft, nicht über **eigene** Webshops der Händler. An letztere darf ein Hersteller zwar gewisse Qualitätsanforderungen stellen, grundsätzlich verbieten darf er sie aber nicht. Dies hatte der EuGH bereits im Jahr 2011 im Fall *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique* (C-439/09) entschieden. Beide Urteile betrafen Kosmetikartikel, sind aber auf vergleichbare Produkte anderer Branchen übertragbar.

Für die Praxis ist wichtig, dass das Urteil zwar unmittelbar nur einen sehr speziellen Fall betrifft, seine Grundaussage aber möglicherweise auf vergleichbare Konstellationen entsprechend angewendet werden kann. Das kann z.B. der Fall sein, wenn Produkte besonders erklärungsbedürftig sind oder bei falscher Anwendung Schäden verursachen können. Dies kann nur im Einzelfall geprüft werden.

Den Text des Urteils finden Sie **> hier**. Für alle weitergehenden Fragen stehen Ihnen **> Ihre Ansprechpartner bei Kapellmann** gerne zur Verfügung.