



Stellungnahme

des MITTELSTANDSVERBUNDES

zum Entwurf der Bekanntmachung über Vereinbarungen von geringer Bedeutung, die den Wettbewerb gemäß Art. 1 Abs. 1 des AEUV nicht spürbar beschränken (De-minimis)

Einleitung

Der Entwurf für eine neue De-minimis-Bekanntmachung übernimmt im Wesentlichen die Aussagen des alten Textes. Neu, und aus Sicht des MITTELSTANDSVERBUNDES relevant, sind die Ausführungen, die die Beurteilung bezweckter Wettbewerbsbeschränkungen betreffen (Rand-Nr. 2 und Rand-Nr. 12).

Die Kommission stellt darin in Würdigung der EuGH-Entscheidung in Sachen Expedia fest, dass Preisbindungen als bezweckte Wettbewerbsbeschränkungen in keinem Fall unter die Regelungen der Bagatellbekanntmachung fallen können. Die Kommission versteht offensichtlich die EuGH-Entscheidung so, dass grundsätzlich, und zwar losgelöst von dem jeweiligen Sachverhalt der Marktstellung der bindenden und gebundenen Unternehmen und dem wirtschaftlichen Umfeld, eine Preisbindung, die per se als eine bezweckte Wettbewerbsbeschränkung einzustufen sei, eine spürbare Wettbewerbsbeschränkung darstellt.

Grundsätzliche Beurteilung und Forderung

Der MITTELSTANDSVERBUND ist der Ansicht, dass diese Interpretation der Expediaentscheidung zu restriktiv ist und vielen Sachverhalten nicht gerecht wird.

Der MITTELSTANDSVERBUND fordert eine Öffnung für Preisbindungen bis zu einer bestimmten Marktstellung im vertikalen System, die sich an KMUs richten.

Die Expedia Entscheidung

Der EUGH bestätigt die Rechtsprechung, dass eine Vereinbarung vom Kartellverbot nicht erfasst wird, wenn sie den Markt nur geringfügig beeinträchtigt. Eine Vereinbarung fällt nur dann unter das Verbot des Art. 101 Abs. 1 AEUV, wenn sie eine spürbare Einschränkung des Wettbewerbs innerhalb des gemeinsamen Marktes bezweckt oder bewirkt (Rand-Nr. 17). Es wird damit der Gleichklang zwischen bezweckt und bewirkt bestätigt. Der EuGH weist auch darauf hin, dass sie auf den

Inhalt und die mit der Wettbewerbsbeschränkung verfolgten Ziele sowie auf den rechtlichen und wirtschaftlichen Zusammenhang in dem sie steht abzustellen ist. Auch seien die Natur der betroffenen Waren und Dienstleistungen auf den betreffenden Märkten, tatsächliche Bedingungen und die Struktur der Märkte zu berücksichtigen (Rand-Nr. 22). Im Folgenden unterstreicht der Gerichtshof dann, dass die Unterscheidung zwischen bezweckten und bewirkten Verstößen darin begründet liegt, dass bestimmte Formen der Kollision zwischen Unternehmen schon ihrer Natur nach als schädlich für das gute Funktionieren des normalen Wettbewerbs angesehen werden. Daraus wiederum schließt der EuGH, dass eine Vereinbarung, die geeignet ist, den Handel zwischen dem Mittelstand zu beeinträchtigen und einen wettbewerbswidrigen Zweck hat, ihrer Natur nach und unabhängig von ihren konkreten Auswirkungen eine spürbare Beschränkung des Wettbewerbs darstellt. Hierin sehen wir einen eklatanten Widerspruch. Sie vernachlässigt die Gleichstellung zwischen bezweckten und bewirkten Wettbewerbsbeschränkungen, negiert den Satz, dass eine Wettbewerbsbeschränkung nur dann unter das Verbot fällt, wenn sie spürbar ist und sie ignoriert die Feststellung, dass es auf die konkreten Sachverhalte, die Marktverhältnisse in konkreten rechtlichen Rahmenbedingungen etc. ankommt.

Preisbindung und Spürbarkeit

Knüpft man jedoch an diese, in der EuGH-Entscheidung wiederholten und damit gültigen Aussagen an, dann kann das EuGH-Urteil nicht so verstanden werden, dass Vereinbarungen, die eine Wettbewerbsbeschränkung bezwecken, und dies sind in der Regel Preisbindungen, per se spürbar sind.

Dass auch eine bezweckte Wettbewerbsbeschränkung nicht spürbar und darüber hinaus gem. Art 101 Abs. 3 AEUV legalisierungsfähig ist, zeigen Beispielen von Handlungsnotwendigkeiten der Kooperationen selbständiger mittelständischer Unternehmen in sogenannten Verbundgruppen. Die mittelständischen Handels- und Handwerksunternehmen stehen in sich immer weiter verstärkendem Wettbewerb zu Großunternehmen. Dieser Wettbewerb wird insbesondere im stationären Einzelhandel durch die zunehmende Beliebtheit und damit Konkurrenz des Online-Handels verschärft und führt zu den bekannten Auswirkungen, nicht zuletzt auf die Versorgung der Verbraucher bis zur Innenstadtentwicklung. Kleinere Handels- und Handwerksunternehmen sind auf die Kooperationen angewiesen. Unter einer gemeinsamen Marke auftretend und den stationären Handel durch einen gemeinsam organisierten Internethandel ergänzende Maßnahmen, aber auch durch den Vertrieb von Eigenmarken der Kooperation und bei entsprechenden Marketingaktionen der Gruppe, sind sie auf eine klare Werbeaussage gegenüber den Verbrauchern angewiesen. Eine klare Werbeaussage setzt aber auch einen einheitlichen Preis, den der Verbraucher für die beworbenen Produkte und Dienstleistungen zu zahlen hat, voraus. Anderenfalls würde jegliche Anstrengung im Wettbewerb gegenüber Großunternehmen konterkariert.

De-minimis Regelung für Preisbindung

Der ZGV plädiert für eine Aussage in der De-minimis-Bekanntmachung, die klarstellt, *dass Preisbindungen – zumindest innerhalb von Kooperationen selbständiger KMU – in vertikalen Vertriebssystemen den Wettbewerb im Sinne von Art. 101 Abs. 1 AEUV nicht spürbar beschränken, wenn die vorhandenen Marktanteile an einer Vereinbarung beteiligter Unternehmen insgesamt auf keinem der von der Vereinbarung betroffenen relevanten Märkte 5% überschreiten.*

Begründung

Derartige Preisbindungen sind für einen einheitlichen Auftritt kooperierender mittelständischer Unternehmen im Wettbewerb gegenüber Großunternehmen notwendig. Sie führen nicht zu einer Erhöhung der Verkaufspreise der gebundenen Unternehmen, sondern im Gegenteil zu einem wettbewerbsgerechten, d. h. günstigen Preis-Leistungsangebot. Damit ist auch sichergestellt, dass im Sinne des Art. 101 Abs. 3 AEUV diese Maßnahme der Verbesserung des Warenangebots und des Vertriebs, insbesondere den günstigen Konditionen für den Verbraucher dient und damit im Einzelfall legalisierungsfähig ist. Eine Aufnahme dieser Regelung, wie oben skizziert, würde die Rechtssicherheit für die betroffenen Bindungssysteme unterhalb einer spürbaren Marktschwelle garantieren und damit die Position kleinerer und mittlerer Unternehmen im Wettbewerb stärken. Diese Regelung wäre damit eine wesentliche Hilfestellung für kleinere und mittlere Unternehmen, insbesondere in neuen digitalen Märkten.

Köln, 04.10.2013



Dr. Günther Schulte