



Presse und Information

Gerichtshof der Europäischen Union

PRESSEMITTEILUNG Nr. 132/17

Luxemburg, den 6. Dezember 2017

Urteil in der Rechtssache C-230/16

Coty Germany GmbH / Parfümerie Akzente GmbH

Ein Anbieter von Luxuswaren kann seinen autorisierten Händlern verbieten, die Waren im Internet über eine Drittplattform wie Amazon zu verkaufen

Ein solches Verbot ist geeignet, das Luxusimage der Waren sicherzustellen, und geht grundsätzlich nicht über das hierfür erforderliche Maß hinaus

Coty Germany verkauft in Deutschland Luxuskosmetika. Einige ihrer Marken vertreibt sie, um deren Luxusimage zu wahren, über ein selektives Vertriebsnetz, d. h. über autorisierte Händler. Die Verkaufsstätten der autorisierten Händler müssen einer Reihe von Anforderungen hinsichtlich Umgebung, Ausstattung und Einrichtung genügen. Die autorisierten Händler können die fraglichen Waren auch im Internet verkaufen, sofern sie ihr eigenes elektronisches Schaufenster verwenden oder nicht autorisierte Drittplattformen einschalten, wobei dies für den Verbraucher nicht erkennbar sein darf. Vertraglich ausdrücklich verboten ist es ihnen hingegen, die Waren im Internet über Drittplattformen zu verkaufen, die für die Verbraucher erkennbar in Erscheinung treten.

Coty Germany erhob vor den deutschen Gerichten Klage gegen einen ihrer autorisierten Händler, Parfümerie Akzente, und beantragte unter Berufung auf das vertragliche Verbot, diesem Händler zu untersagen, ihre Produkte über die Plattform „amazon.de“ zu vertreiben. Da das Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Deutschland) Zweifel daran hat, ob die Vertragsklausel mit dem Wettbewerbsrecht der Union vereinbar ist, hat es den Gerichtshof hierzu befragt.

Mit seinem heutigen Urteil stellt der Gerichtshof unter Hinweis auf seine ständige Rechtsprechung¹ **zunächst fest, dass ein selektives Vertriebssystem für Luxuswaren, das primär der Sicherstellung des Luxusimages dieser Waren dient, nicht gegen das unionsrechtliche Kartellverbot² verstößt, sofern folgende Bedingungen erfüllt sind:** Die Auswahl der Wiederverkäufer muss anhand objektiver Gesichtspunkte qualitativer Art erfolgen, die einheitlich für alle in Betracht kommenden Wiederverkäufer festgelegt und ohne Diskriminierung angewendet werden, und die festgelegten Kriterien 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.

Des Weiteren stellt der Gerichtshof fest, dass das unionsrechtliche Kartellverbot einer Vertragsklausel nicht entgegensteht, die – wie hier – autorisierten Händlern eines selektiven

¹ Der Gerichtshof hebt hervor, dass im Urteil Pierre Fabre Dermo-Cosmétique (C-439/09, vgl. auch Pressemitteilung Nr. 110/11) nicht – abweichend von der ständigen Rechtsprechung des Gerichtshofs – der Grundsatz aufgestellt werden sollte, dass der Schutz des Prestigecharakters eine Wettbewerbsbeschränkung, wie sie sich aus der Existenz eines selektiven Vertriebsnetzes ergibt, künftig für sämtliche Waren, insbesondere auch Luxuswaren, nicht mehr rechtfertigen könnte. In diesem Urteil hatte der Gerichtshof entschieden, dass die Notwendigkeit, den Prestigecharakter der *in dieser Rechtssache in Rede stehenden* Kosmetika und Körperpflegeprodukte zu schützen, kein berechtigtes, ein *pauschales* Verbot des Verkaufs dieser Waren im Internet rechtfertigendes Anliegen war.

² Art. 101 Abs. 1 AEUV.

Vertriebssystems für Luxuswaren, das im Wesentlichen darauf gerichtet ist, das Luxusimage dieser Waren sicherzustellen, **verbietet, beim Verkauf der betreffenden Waren im Internet nach außen erkennbar Drittplattformen einzuschalten, sofern folgende Bedingungen erfüllt sind**: Die Klausel soll das Luxusimage der betreffenden Waren sicherstellen, sie wird einheitlich festgelegt und ohne Diskriminierung angewandt, und sie steht in angemessenem Verhältnis zum angestrebten Ziel. Das Oberlandesgericht wird zu prüfen haben, ob dies der Fall ist.

Der Gerichtshof hält die streitige Klausel, vorbehaltlich der vom Oberlandesgericht vorzunehmenden Prüfungen, für rechtmäßig.

Es steht nämlich fest, dass die Vertragsklausel das Luxus- und Prestigeimage der Waren von Coty sicherstellen soll. Außerdem geht aus den dem Gerichtshof unterbreiteten Akten hervor, dass das Oberlandesgericht die Klausel als objektiv und einheitlich ansieht und davon ausgeht, dass sie ohne Diskriminierung auf alle autorisierten Händler angewandt wird.

Zudem ist das von einem Anbieter von Luxuswaren an seine autorisierten Händler gerichtete Verbot, beim Internetverkauf dieser Waren nach außen erkennbar Drittplattformen einzuschalten, geeignet, das Luxusimage der Waren sicherzustellen.

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.

Schließlich ist, falls das Oberlandesgericht zu dem Ergebnis kommen sollte, dass die streitige Klausel grundsätzlich unter das unionsrechtliche Kartellverbot fällt, nicht ausgeschlossen, dass für die Klausel eine Gruppenfreistellung³ in Betracht kommt.

Unter Umständen wie denen des vorliegenden Falls stellt nämlich das streitige Verbot, bei Internetverkäufen nach außen erkennbar Drittunternehmen einzuschalten, weder eine Beschränkung der Kundengruppe noch eine Beschränkung des passiven Verkaufs an Endverbraucher dar. Solche Beschränkungen sind, weil sie zu schwerwiegenden wettbewerbswidrigen Auswirkungen führen könnten, von vornherein von der Gruppenfreistellung ausgeschlossen.

HINWEIS: Im Wege eines Vorabentscheidungsersuchens können die Gerichte der Mitgliedstaaten in einem bei ihnen anhängigen Rechtsstreit dem Gerichtshof Fragen nach der Auslegung des Unionsrechts oder nach der Gültigkeit einer Handlung der Union vorlegen. Der Gerichtshof entscheidet nicht über den nationalen Rechtsstreit. Es ist Sache des nationalen Gerichts, über die Rechtssache im Einklang mit der Entscheidung des Gerichtshofs zu entscheiden. Diese Entscheidung des Gerichtshofs bindet in gleicher Weise andere nationale Gerichte, die mit einem ähnlichen Problem befasst werden.

Zur Verwendung durch die Medien bestimmtes nichtamtliches Dokument, das den Gerichtshof nicht bindet.

Der [Volltext](#) des Urteils wird am Tag der Verkündung auf der Curia-Website veröffentlicht.

Pressekontakt: Hartmut Ost ☎ (+352) 4303 3255

*Filmaufnahmen von der Verkündung des Urteils sind verfügbar über
„[Europe by Satellite](#)“ ☎ (+32) 2 2964106*

³ Gemäß der Verordnung (EU) Nr. 330/2010 der Kommission vom 20. April 2010 über die Anwendung von Artikel 101 Absatz 3 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen (ABl. 2010, L 102, S. 1).