

Reform der Vertikal-GVO

Dualer Vertrieb, selektiver Vertrieb, Plattformen

Anne C. Wegner, LL.M. (EUI) und Dr. Markus Schöner, M.Jur. (Oxford)

im Dialog mit Silke Hossenfelder,
Dir'in beim Bundeskartellamt, Leiterin der Grundsatzabteilung

Moderation: Anne Federle

Der Reform- und Konsultationsprozess



Stakeholder Workshop



WORKSHOP
 Date: 15 NOVEMBER
 Venue: Autoworld, Brussels

Subject: VBER (exchange views)
 Topic owner: BRAK

What is the target?
 Dual Distribution

What is the legal context?
 Art. 2 (4) applied to Wholesaler - Retailer as well
 Clarifications: the guidelines
 what is covered? VBER is content of
 vehicle market (Dual Distribution)

Have 3 categories in VBL of buyer
 1 10A(1) TFEU: 2.1. actual volume part of
 lowest actual sales into (price/margin) from
 buyer to seller; timing of buyer's promotion

2 No VBER (10A(1)): Buyer's sale of supplier's
 competitor's products; Commission policy
 Supplier's sale into the buyer possible
 VBER provides that implicit references
 (check with me.) → LEVEL PLAYING
 FIELD

3 Move lenient approach in Dual Distribution
 from horizontal into vertical
 exclude/differentiate to horizontal
 (middlelinks)

Do you expect other stakeholders to agree with your proposal? Explain why/why not
 YES: but possible to work on time, and as
 historic/cent. approach/old. time
 price, as how you horizontal all

Consumer benefit: set the wide product
 portfolio, encourage diff. distrib. channels

How would you convince a stakeholder who does not agree in a tweet (140 char)
 No need; put you VBER in edwards shoes's shoes...

Der Reformprozess



Die Arbeitsgruppe:

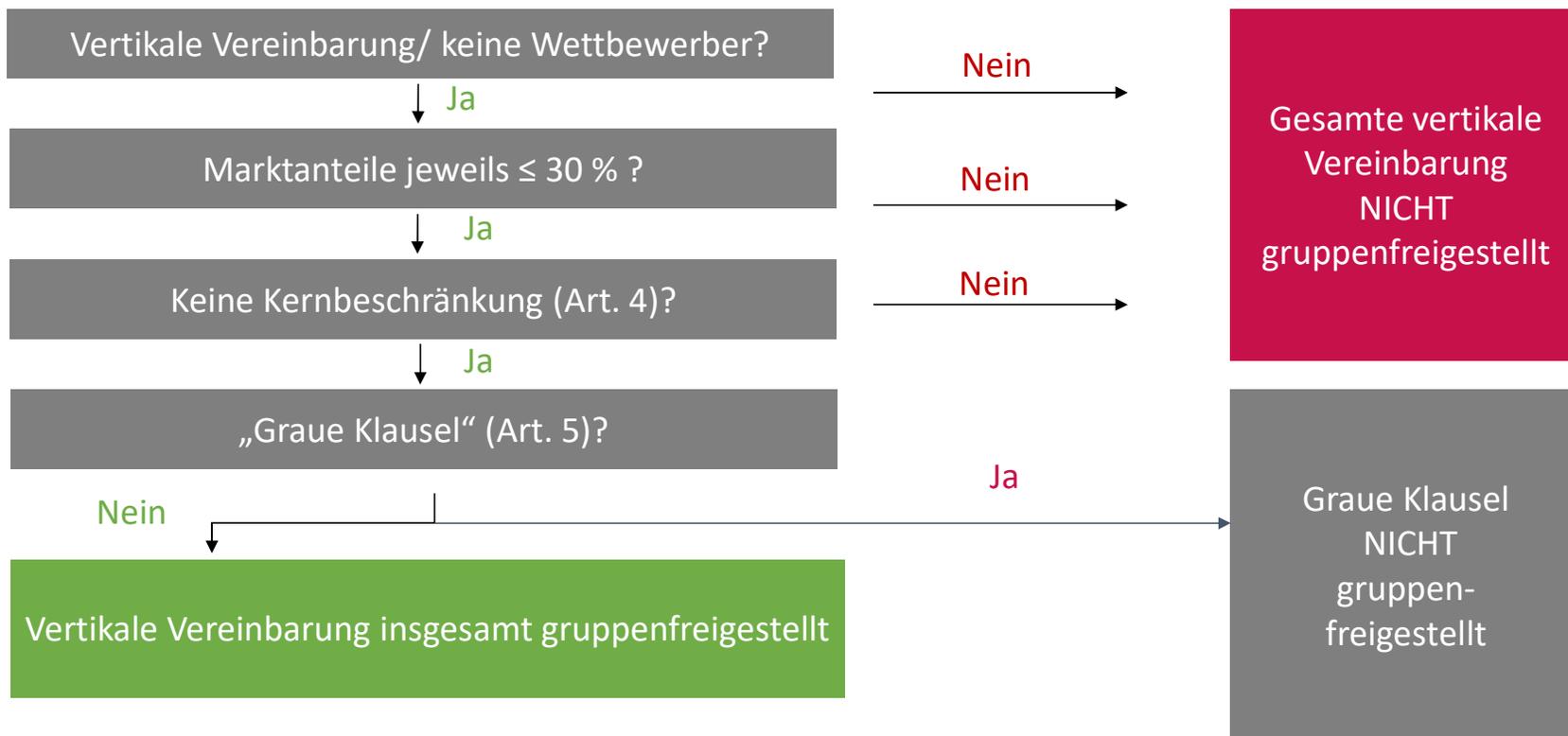
Reto Batzel
Stefanie Budde
Isabelle Innerhofer
M. Hartmann-
Rüppel
Raoul Hoffer
Franz Hoffet
Kai-Uwe Kühn
Bettina Leupold

Petra Linsmeier
Sebastian Louven
Miriam Imarhiagbe
Corinna Neunzig
Peter Georg Picht
Anna Posch-Wolf
Markus Schöner
Reinhard Siegert
Vincent Stier

Jörg-Martin Schultze
Daniel von Brevern
Eckart Wagner
Susanne Wagner
Anne Wegner
Jörg Witting
Anna Wolf-Posch
Susanne Zühlke

Entwurf der Gruppenfreistellungsverordnung und der Leitlinien vom 9. Juli 2021

Kontinuität in der Systematik



Maßgebliche Änderungen der V-GVO im Entwurf

Dualer Vertrieb: Signifikante Änderung des personalen Anwendungsbereichs (Art. 2 Abs. 2-7 VGVO-E)

Kundenkreis-/Gebietsbeschränkungen: Neue Struktur, Spielräume geringfügig erweitert (Art. 4 b-d VGVO)

Aktiv- und Passivverkäufe: Erweiterte Definitionen (Art. 1 lit. I-n VGVO-E)

Online-Plattformen

- Online-Plattformen werden als Anbieter ihrer Vermittlungsleistung definiert (Art. 1 lit d) VGVO-E)
- Hybride Plattformen nicht mehr gruppenfreigestellt (Art. 2 (7) V-GVO-E)
- Weite Paritätsklauseln: nicht mehr gruppenfreigestellt (Art. 5 V-GVO-E)

Leitlinien – Entwurf (LL-E)

Viel neuer Text (nicht nur zu den Änderungen im VGVO-E Text), ausführliche ökonomische Betrachtungen

Umstrukturierung der Kapitelanordnung erschwert Vergleich, Optimierungsbedarf bei begrifflicher Stringenz

Umfangreiche Ergänzungen z. T. klarstellend, z. T. ändernd, u. a.

- Zum Handelsvertreterprivileg
- Zur Einzelfreistellung
- Zu Doppelpreissystemen (Dual Pricing)
- Zur Anwendung unterschiedlicher Kriterien im Online- und Offlinevertrieb (Äquivalenzprinzip)
- Zu Drittplattformverboten
- Zu Minimum Advertised Prices
- Zu Fullfillment-Contracts

Keine Abschnitte zu Nachhaltigkeit und Covid-19

Dualer Vertrieb (auch "zweigleisiger Vertrieb")

BISHER: Art. 2 (4) VGVO 2010

Keine Anwendung zwischen Wettbewerbern.

„(...) Sie findet jedoch Anwendung, wenn Wettbewerber eine nicht gegenseitige vertikale Vereinbarung treffen und der Anbieter zugleich Hersteller und Händler von Waren ist, der Abnehmer dagegen Händler, jedoch kein Wettbewerber auf der Herstellungsebene...“

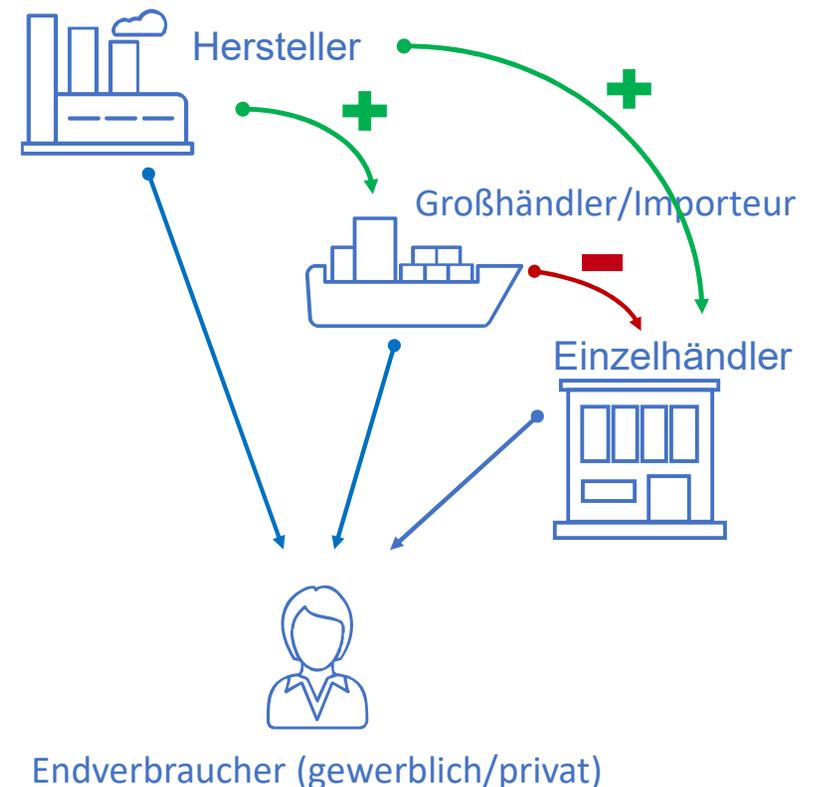
NEU: Art. 2 (4) VGVO-E

Keine Anwendung zwischen Wettbewerbern.

„ (...) gilt jedoch (...), sofern der Anbieter zugleich Hersteller, Großhändler oder Einführer sowie Händler von Waren und der Abnehmer Händler, jedoch kein Wettbewerber im Bereich der Herstellung, des Großhandels oder der Einfuhr ist, (...) ...“

Dualer Vertrieb: Status Quo – Art. 2 Abs. 4 VGVO

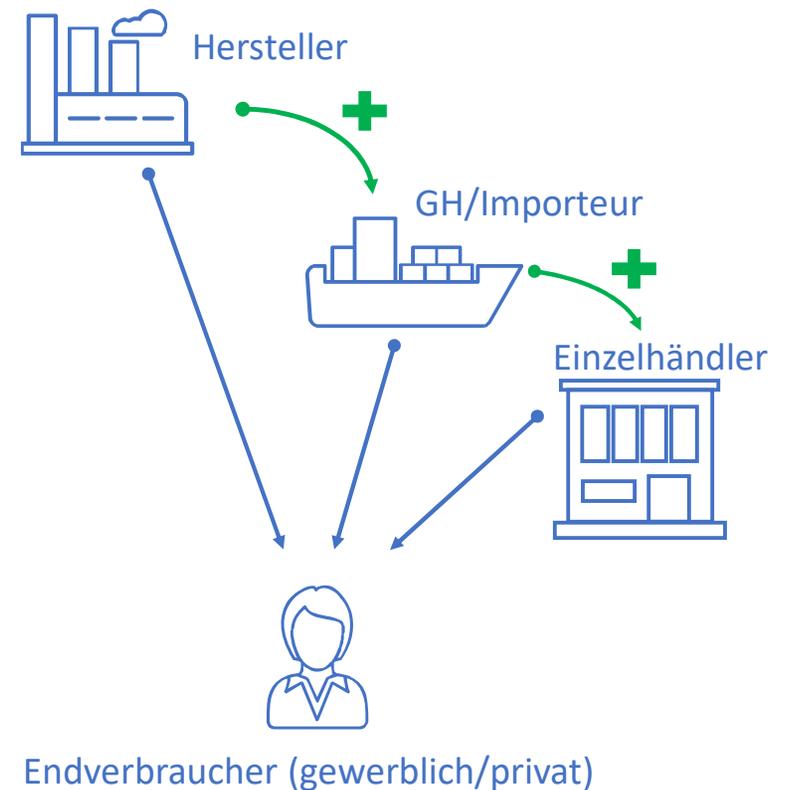
- Anwendung V-GVO verlangt „vertikale Vereinbarung“ - > **unterschiedliche Ebene der Produktions- oder Vertriebskette**
- Kein Wettbewerbsverhältnis
- Ausnahme, wenn **Anbieter Hersteller** und **Abnehmer Händler, aber kein Hersteller** ist:
 - Vertrag Hersteller – Importeur/GH: freigestellt
 - Vertrag Hersteller – Einzelhändler: freigestellt
 - **Vertrag GH/Importeur – Einzelhändler: nicht freigestellt**
 - Eigenmarkenwarenanbieter ist kein Hersteller (LL, Rn. 27 a.E.)



Art. 2 Abs. 4 VGVO-E – Erweiterung

Personelle Erweiterung der Ausnahme:

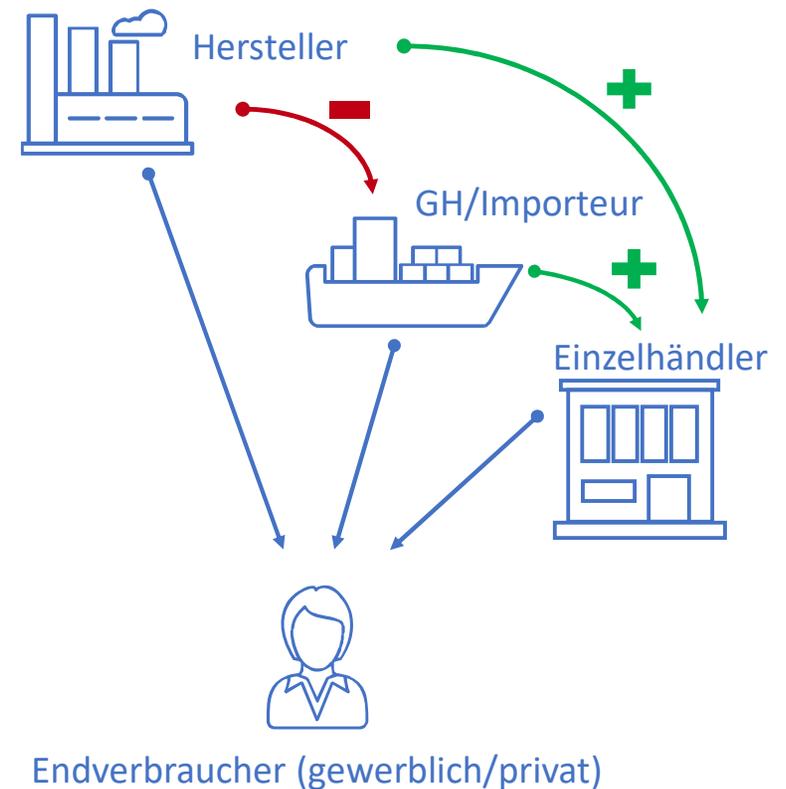
- Anbieter kann auch GH oder Importeur sein, solange das Wettbewerbsverhältnis nur die EH-Stufe betrifft
- Art. 1 lit. c): „Wettbewerber“ ist ein tatsächlicher oder potentieller Wettbewerber (...).



Art. 2 Abs. 4 VGVO-E – Einschränkung

Personelle Einschränkung der Ausnahme:

- **Aber Achtung!** Personelle Einschränkung der Ausnahme, insbesondere bei mehrstufigen Vertriebssystemen:
 - Auf Ebene des Großhandels darf Hersteller kein Wettbewerber des GH/Importeurs sein
 - EH darf nicht auch als GH tätig sein, z. B. durch (zu viel?) Parallelhandel im selektiven Vertrieb
=> Dann entfielen Freistellung



Dualer Vertrieb – Neue Marktanteilschwellen

BISHER: Art. 2 (4) VGVO 2010

Es gelten die allgemeinen
Marktanteilsschwellen gem.
Art. 3 VGVO

Keine gesonderte
Marktanteilsschwelle auf
dem Retailmarkt

NEU: Art. 2 (4) und 5 VGVO-E

„(4) (...) gilt jedoch für alle Aspekte nicht gegenseitiger vertikaler Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern, sofern [...], und ihr gemeinsamer Marktanteil auf dem relevanten Einzelhandelsmarkt nicht mehr als [10%] beträgt ...

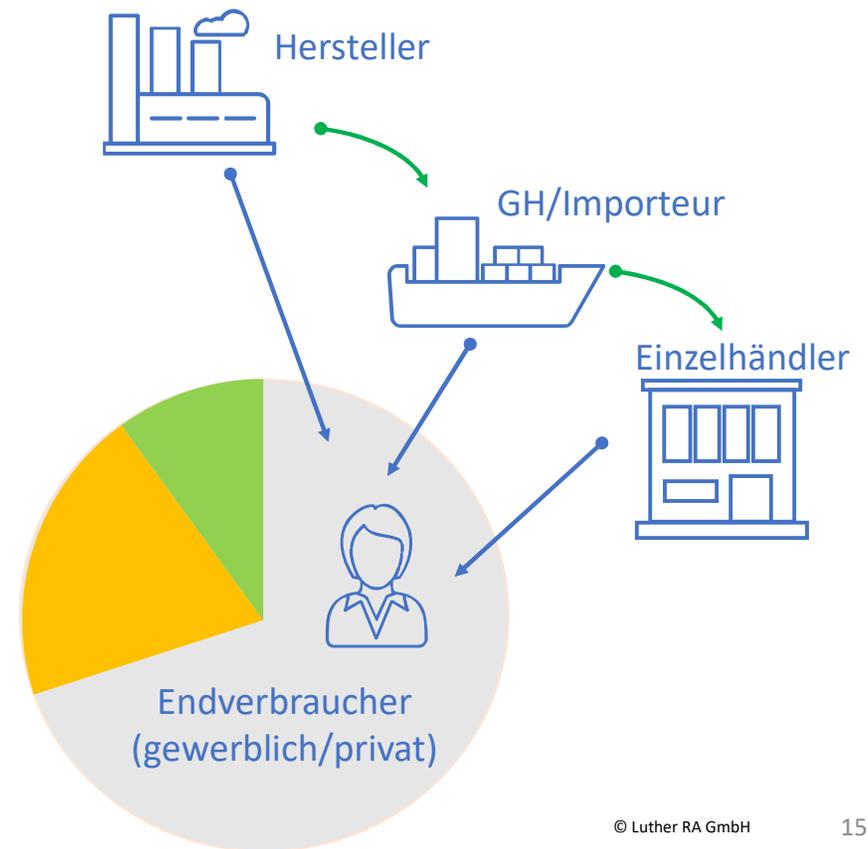
(5) Wenn die in Artikel 2 Absatz 4 Buchstabe a oder b genannten konkurrierenden Anbieter und Abnehmer auf dem relevanten Einzelhandelsmarkt über einen gemeinsamen Marktanteil von mehr als [10] % verfügen, der jedoch die Marktanteilsschwellen nach Art. 3 nicht übersteigt, so gilt die Freistellung nach Absatz 1; davon ausgenommen sind Fälle von Informationsaustausch zwischen den betreffenden Unternehmen: Sie sind nach den Vorschriften für horizontale Vereinbarungen zu beurteilen.“

Art. 2 Abs. 4, 5 VGVO-E: Neue Marktanteilsschwellen

Zusätzliche Retail Marktanteilsschwelle (Abs. 5)

- **Gemeinsamer Marktanteil bis 10%:**
insgesamt gruppenfreigestellt (vgl. aber Abs. 6)
- **Gemeinsamer Marktanteil 10% bis 30%:**
Grundsätzlich über V-GVO freigestellt,
außer Informationsaustausch
 - Anwendung Horizontal-Leitlinien
- **Gemeinsamer Marktanteil über 30%:**
Keine Gruppenfreistellungsverordnung.

- 10% Marktanteilsschwelle nicht praktikabel
- 10% Schwelle sachlich verfehlt
- Horizontal-Leitlinien ungeeigneter Maßstab



Dualer Vertrieb: Ausschluss bezweckter Beschränkungen

BISHER:

- Keine spezielle Regelung für bezweckte Wettbewerbsbeschränkungen im Rahmen des dualen Vertriebs
- Bezweckte (auch horizontale) Beschränkung Gegenstand der vertikalen Kernbeschränkungen(Art. 4 VGVO), weil sie immer auch den Abnehmer betreffen:
 - Horizontale Preisabsprache auch Preisbindung der zweiten Hand gem. Art. 4 lit. a
 - Horizontale Kunden- oder Gebietsbeschränkung wohl auch Kunden- oder Gebietsbeschränkung im Sinne des Art. 4 lit b.

NEU: Art. 2 Abs. 6 VGVO-E

„Die Freistellungen nach Artikel 2 Absatz 4 (...) und (...) 5 **gelten nicht für vertikale Vereinbarungen,**

- die unmittelbar oder mittelbar, für sich genommen oder in Verbindung mit anderen Umständen, die die beteiligten Unternehmen kontrollieren können,
- **eine Beschränkung des Wettbewerbs zwischen den miteinander konkurrierenden Anbietern und Abnehmern bezwecken.“**

Art. 2 Abs. 6 VGVO-E

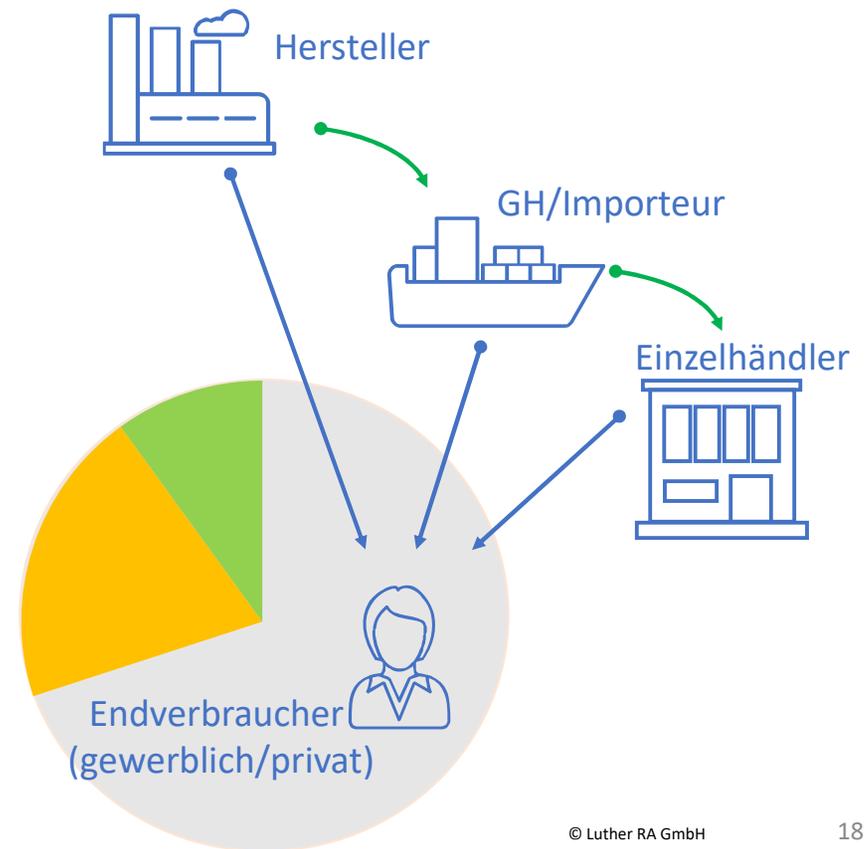
Keine Freistellung von bezweckten Vereinbarungen

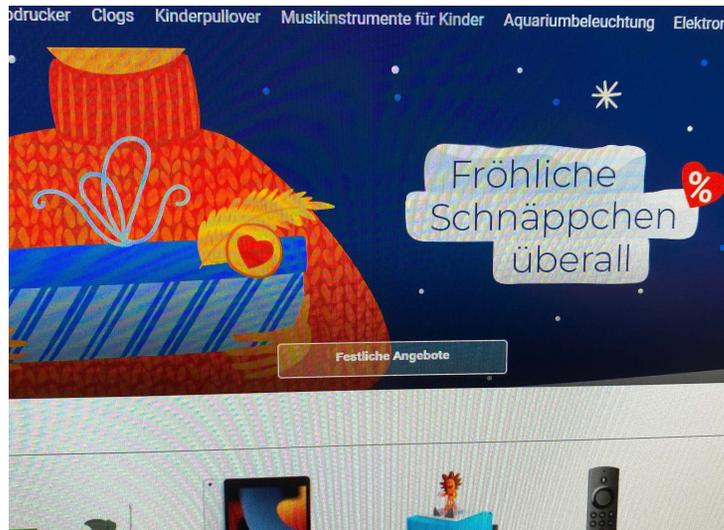
- Wirkung analog „Kernbeschränkung“ (so wohl Entwurf) oder besser analog „graue Klausel“?
- Verhältnis zu den vertikalen Kernbeschränkungen? Nach Art. 4 erlaubte Beschränkungen fallen nicht unter Art. 2 Abs. 6 VGVO-E
- Löst Art. 2 Abs. 6 VGVO-E alle erkennbaren Bedenken, die der duale Vertrieb mit sich bringt?

Thesen zu Art. 2 Abs. 4-6 VGVO-E

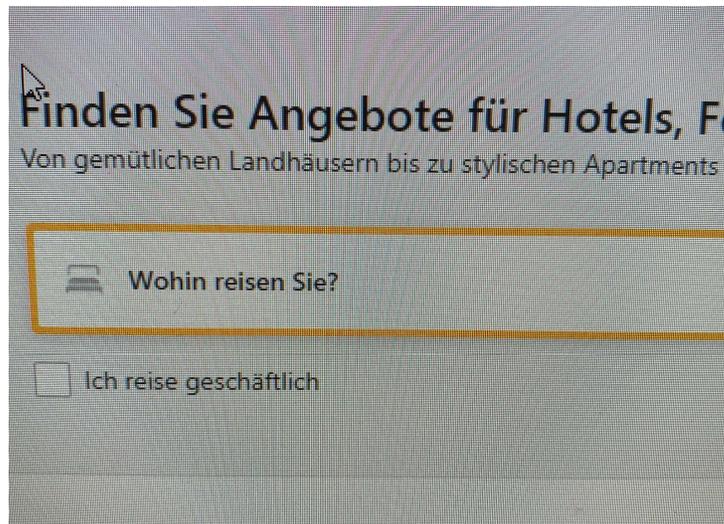
Thesen Arbeitsgruppe Studienvereinigung:

- Die Marktanteilsschwelle von 10% ist nicht überzeugend.
- Guidance in Vertikal-LL erforderlich, die die Notwendigkeit eines gewissen Informationsflusses und die Effizienzen eines Vertriebsvertrags anerkennen.
- Gibt es "falsch Positive" angesichts Art. 2 Abs. 6 VGVO-E -> Ausschluss bezweckter Wettbewerbsbeschränkungen?
- If it ain't broken, don't fix it.





Lassen Sie Weihnachten starten
„Alexa, ruf den Weihnachtsmann an.“



Online-Plattformen

Dualer Vertrieb – Ausschluss hybrider Online-Plattformen

BISHER:

Keine Sonderregelungen

NEU: Art. 2 Abs. 7 VGVO-E

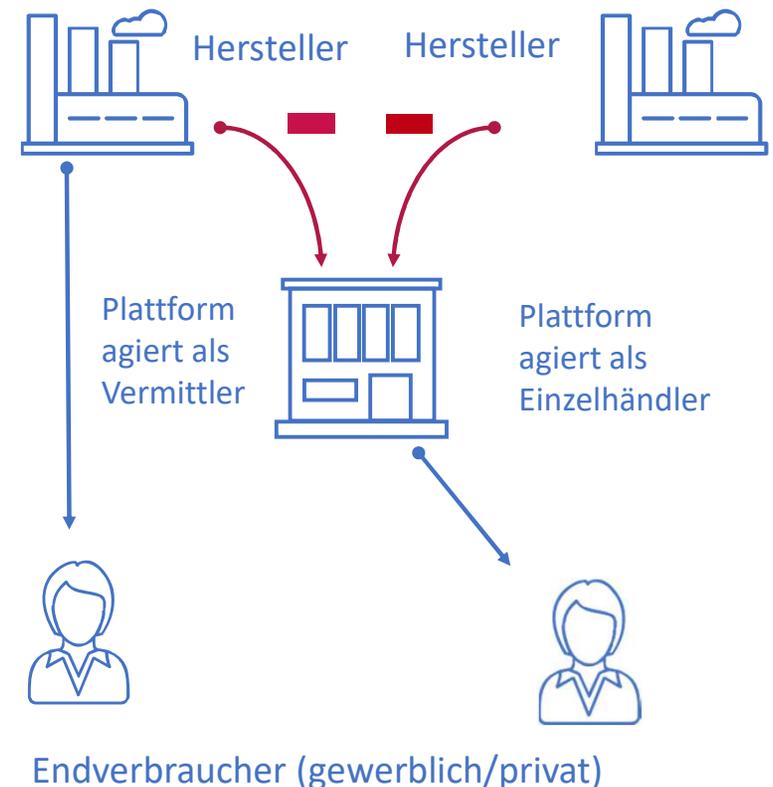
„Die Ausnahmen nach Artikel 2 Absatz 4 (...) gelten nicht, **wenn**

- ein Anbieter von Online-Vermittlungsdiensten,
- der auch Waren oder Dienstleistungen im Wettbewerb mit Unternehmen verkauft, für die er Online-Vermittlungsdienste anbietet,
- mit einem solchen konkurrierenden Unternehmen eine (...) vertikale Vereinbarung schließt.“

Art. 2 Abs. 7 V-GVO-E: Hybride Online-Plattformen

Ausschluss von Art. 2 Abs. 4 V-GVO-E gilt für sämtliche vertikale Verträge mit hybriden Plattformen

- Ausschluss trifft auch Vertragspartner der Plattform (insb. KMU)
- Hybride Plattformen können nicht rechtssicher in Vertriebssystem integriert werden.
- Gilt unabhängig vom Marktanteil (d. h. sogar bei gemeinsamen Retail-Marktanteil von unter 10 %).
- Originäre stationäre Player mit Plattformangebot werden ihre Plattform nicht für Wettbewerber öffnen.



Online-Vermittlungs Plattformen („OIS“) sind Anbieter

• BISHER: Art. 1 lit. h)

- Plattform ist Handelsvertreter oder Abnehmer
- „h) „Abnehmer“ ist auch ein Unternehmen, das auf der Grundlage einer unter Artikel 101 Absatz 1 AEUV fallenden Vereinbarung Waren oder Dienstleistungen für Rechnung eines anderen Unternehmens verkauft;“

NEU: Art. 1 lit. d) *neben* lit. j)

- **„d) „Anbieter“ schließt Unternehmen ein, die Online-Vermittlungsdienste erbringen, (...)**
- j) „Abnehmer“ schließt Unternehmen ein, die auf der Grundlage einer unter Artikel 101 Absatz 1 AEUV fallenden Vereinbarung Waren oder Dienstleistungen für Rechnung eines anderen Unternehmens verkaufen;“

Online-Vermittlungsplattformen und Preisbindungsverbot I

BISHER: Plattform ist Abnehmer

- Art. 4 lit. a) (Preisbindungsverbot) gilt nur für den (Produkt-)Anbieter, nicht für die Plattform
- Paritätsklauseln keine Kernbeschränkungen
- gruppenfreigestellt bis MA 30 %.

NEU: Plattform ist Anbieter *auch des vermittelten Produkts?*

- Art. 4 lit. a) gilt für die vermittelnde Plattform (LL-E, Rn. 179)
- Keine Mindest-/Festpreisvorgabe für den Produkthanbieter
- Paritätsklauseln = Mindestpreisvorgaben?
- Aber Art. 5 Abs. 3 V-GVO-E?
→ Weite Paritätsklauseln *nicht* gruppenfreigestellt

Online-Plattformen und Preisbindungsverbot I

BISHER: Plattform ist Abnehmer

- Produkthanbieter darf der Plattform den Preis für das vermittelte Produkt (nur) vorgeben, wenn die Plattform kein eigenes Risiko trägt („echter Handelsvertreter“)
- => Löst die NEUE Definition damit ein (bisher unerkanntes) Problem der Plattformvermittlung?

NEU: Plattform ist Anbieter

- LL Rn. 43ff: Plattform *per definitionem* Anbieter und *deshalb* kein Handelsvertreter
- Plattform investiert umfangreich in Infrastruktur und trägt eigenes Risiko
- (aber: in Bezug auf die vermittelten Transaktionen???)
- Problem der Preisbindung stellt sich nicht, weil der Produkthanbieter nicht Anbieter (!) im Sinne des Art. 4 lit. a V-GVO-E ist.

Online-Vermittlerplattformen - Marktanteilsschwellen?

BISHER:

Doppelte Marktanteilsschwelle

- Vermittlungsleistung kein eigener Markt für die Beurteilung der Marktanteilsschwellen
- Marktanteile auf den Produktmärkten zu beurteilen

NEU:

Vierfache Marktanteilsschwelle?

- Marktanteilsschwellen auf den Produktmärkten
- Plattform ist „Anbieter der Vermittlungsleistung“
- Gilt Art. 3 auch für Marktanteile auf den Vermittlungsmärkten?



Art. 4 lit b-d) VGVO-E
Kundenkreisbeschränkungen

Kundenkreisbeschränkungen: Art. 4 lit. b)-d) V-GVO-E

BISHER (VGVO)

- Kundenkreis-/ Gebietsbeschränkungen sind bezweckte Kernbeschränkungen
- Komplexes System von AUSNAHMEN /RÜCKAUSNAHMEN
- ERLAUBTE BESCHRÄNKUNGEN u. a.
 - Verbot aktive Lieferung in **Alleinvertriebsgebiete**
 - Verbot Lieferung an Graumarkthändler im **selektiven Vertriebssystem**
 - **Verbot nicht genehmigter Niederlassungen (STANDORTKLAUSEL)**
 - **Verbot der Endkundenbelieferung durch Großhändler (SPRUNGLIEFERUNGSVERBOT)**
 - **Verbot der Lieferung von Bauteilen an Konkurrenten des Anbieters (BAUTEILEKLAUSEL)**

NEU (VGVO-E)

- **BLEIBT UNVERÄNDERT**
- Kundenkreis und Gebietsbeschränkungen werden neu strukturiert
 - lit. b) für Alleinvertrieb
 - lit. c) für Selektivvertrieb und
 - Lit. d) für „freien Vertrieb“;
- Gewisse Erweiterung der AUSNAHMEN
 - Zuweisung an mehrere Alleinvertriebshändler
 - Beschränktes „*pass-on*“ der zulässigen Verbote an bestimmte Kunden des Alleinvertriebshändlers (solche, denen auch Vertriebsrechte für das Produkt verliehen wurden).
 - Verbesselter Schutz bei Nebeneinander von unterschiedlichen Vertriebssystemen.

Alleinvertriebsystem:

• BISHER: Art. 4 lit.b i),ii),iv) VGVO

b) die Beschränkung des Gebiets oder der Kundengruppe, in das oder an die ein (...) Abnehmer, **vorbehaltlich [STANDORTKLAUSEL]** Vertragswaren (...) verkaufen darf, mit AUSNAHME

i) der Beschränkung des aktiven Verkaufs in Gebiete oder an Kundengruppen, die der Anbieter sich selbst vorbehalten oder ausschließlich einem anderen Abnehmer zugewiesen hat, **sofern dadurch der Verkauf durch die Kunden des Abnehmers nicht beschränkt wird,**

ii) **SPRUNGLIEFERUNGSVERBOT**

iii) der Beschränkung des Verkaufs an nicht zugelassene Händler **durch die Mitglieder eines selektiven Vertriebssystems** innerhalb des vom Anbieter für den Betrieb dieses Systems festgelegten Gebiets

iv) **BAUTEILEKLAUSEL;**

NEU: Art. 4 lit. b) VGVO-E

b) wenn der Anbieter ein Alleinvertriebsystem betreibt: die Beschränkung des Gebiets bzw. der Kundengruppen, [...] mit AUSNAHME

i) der Beschränkung des aktiven Verkaufs durch den Alleinvertriebshändler oder (...) **seine Kunden, die eine Vertriebsvereinbarung mit dem Anbieter (...) geschlossen haben, dem der Anbieter Vertriebsrechte gewährt hat,** in ein Gebiet oder an eine Kundengruppe, das bzw. die dem Anbieter exklusiv zugewiesen wurde **oder das bzw. die der Anbieter einem oder einer begrenzten Zahl anderer Abnehmer exklusiv zugewiesen hat,**

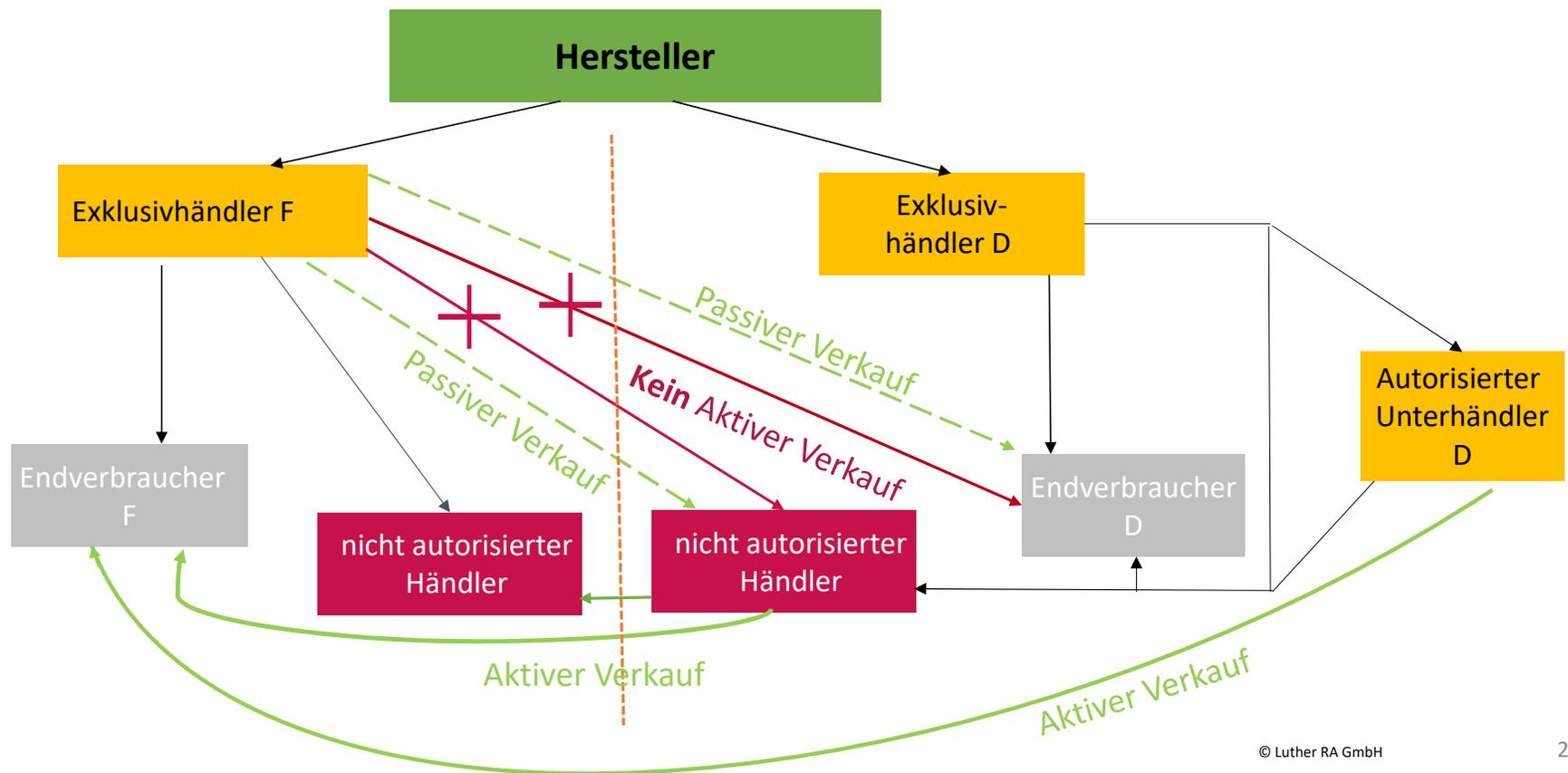
ii) der Beschränkung des (...) Verkaufs durch den Alleinvertriebshändler oder (...) **seine Kunden an nicht zugelassene Händler in einem anderen Gebiet, in dem der Anbieter ein selektives Vertriebssystem (...) betreibt,**

iii) **STANDORTKLAUSEL**

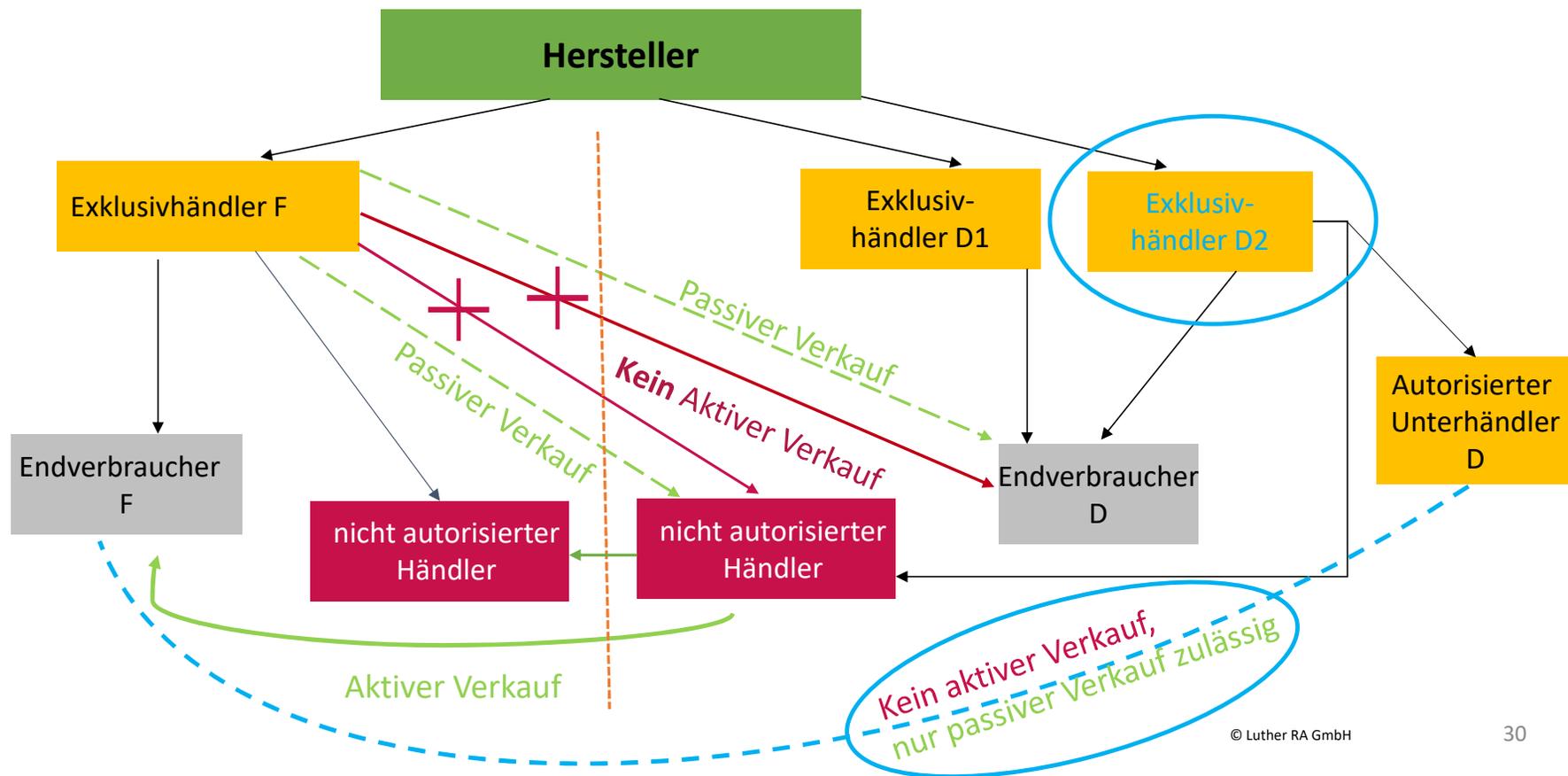
iv) **SPRUNGLIEFERUNGSVERBOT**

v) **BAUTEILEKLAUSEL**

BISHER: Exklusives Vertriebssystem EU-weit



NEU: Exklusives Vertriebssystem EU-weit



Selektives Vertriebssystem:

BISHER: Art. 4 lit. b) iii, c), d)

b) die Beschränkung des Gebiets oder der Kundengruppe, in das oder an die ein an der Vereinbarung beteiligter Abnehmer, **vorbehaltlich [STANDORTKLAUSEL]**, Vertragswaren oder -dienstleistungen verkaufen darf, mit AUSNAHME (...)

(i) der Beschränkung des aktiven Verkaufs ein Alleinvertriebsgebiet (...)

ii) **SPRUNGLIEFERUNGSVERBOT**

iii) der Beschränkung des Verkaufs an nicht zugelassene Händler durch die Mitglieder eines selektiven Vertriebssystems innerhalb des vom Anbieter für den Betrieb dieses Systems festgelegten Gebiets

iv) **BAUTEILEKLAUSEL**

c) die Beschränkung des aktiven oder passiven Verkaufs an Endverbraucher durch auf der Einzelhandelsstufe tätige Mitglieder eines selektiven Vertriebssystems; (...)

d) **QUEERLIEFERUNGSVERBOT = Kernbeschränkung;**

NEU: Art. 4 lit. c) VGVO-E

c)..... Kernbeschränkung.... i) mit AUSNAHME

– der Beschränkung des aktiven Verkaufs durch Mitglieder des selektiven Vertriebssystems (...), in **ein anderes Gebiet** oder an eine andere Kundengruppe, das bzw. die dem Anbieter exklusiv zugewiesen wurde oder (...),

– der Beschränkung des (...) Verkaufs durch Mitglieder des selektiven Vertriebssystems (...) und **ihre Kunden** an nicht zugelassene Händler in dem Gebiet, in dem das selektive Vertriebssystem betrieben wird,

– **STANDORTKLAUSEL**

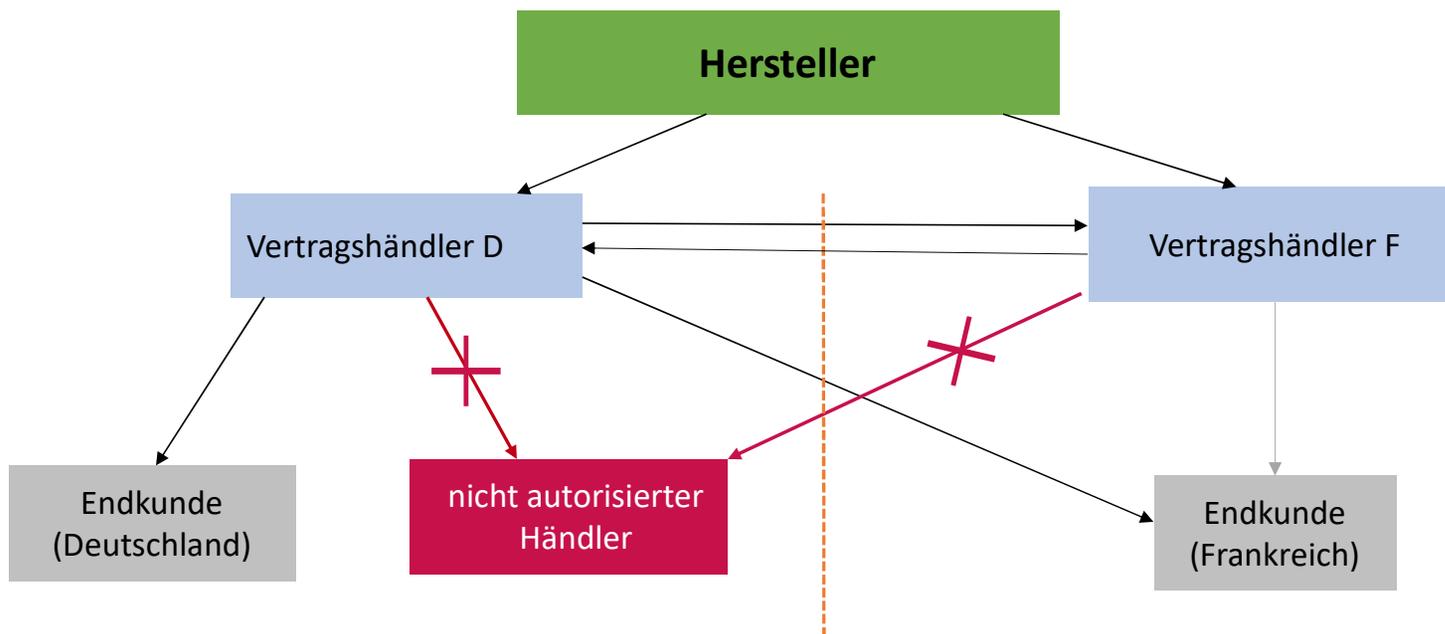
– **SPRUNGLIEFERUNGSVERBOT**

– **BAUTEILEKLAUSEL**

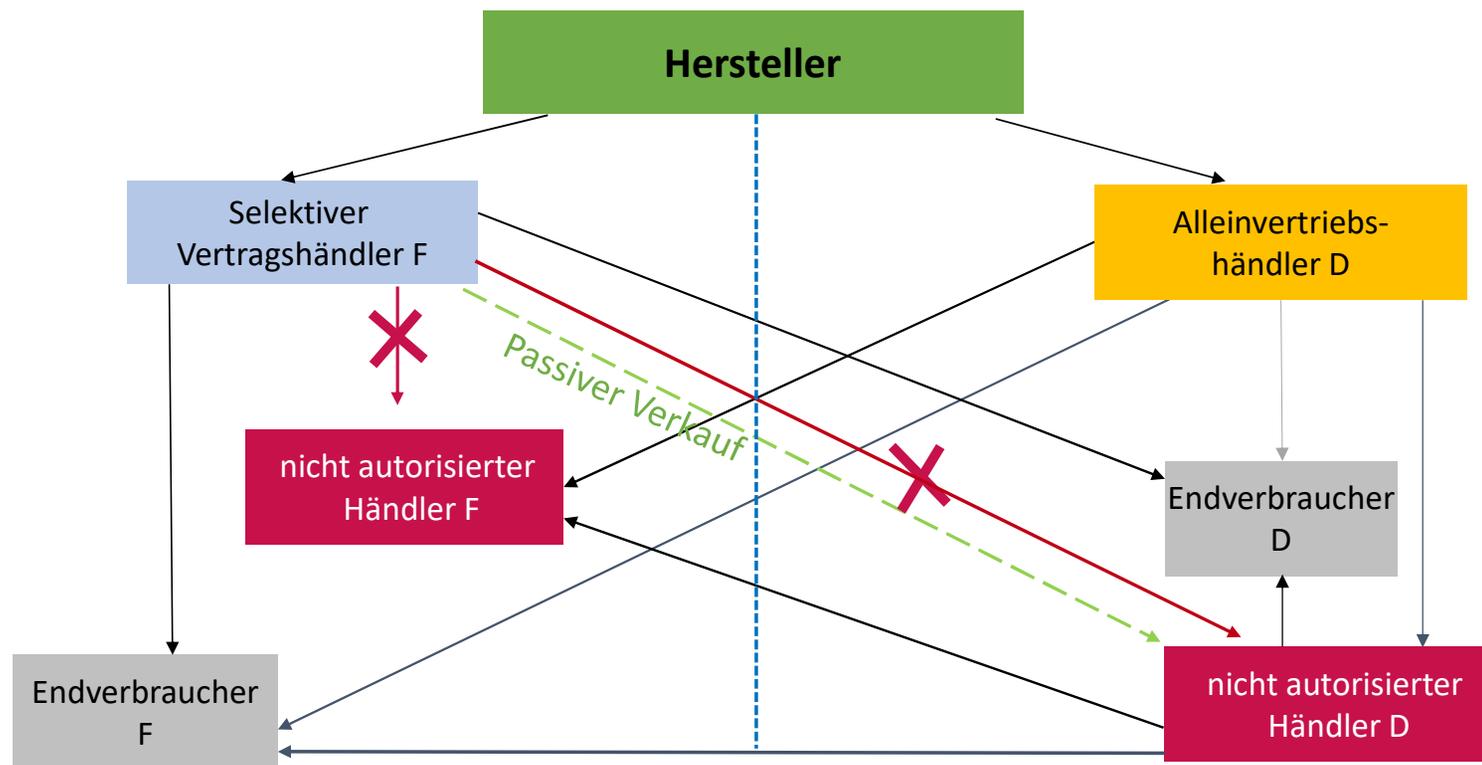
ii) **QUERLIEFERUNGSVERBOT = Kernbeschränkung;**

iii) die Beschränkung des aktiven oder passiven Verkaufs an Endverbraucher durch auf der Einzelhandelsstufe tätige Mitglieder des selektiven Vertriebssystems, **mit Ausnahme des unter dem ersten Gedankenstrich in Artikel 4 Buchstabe c Ziffer i genannten Falls;**

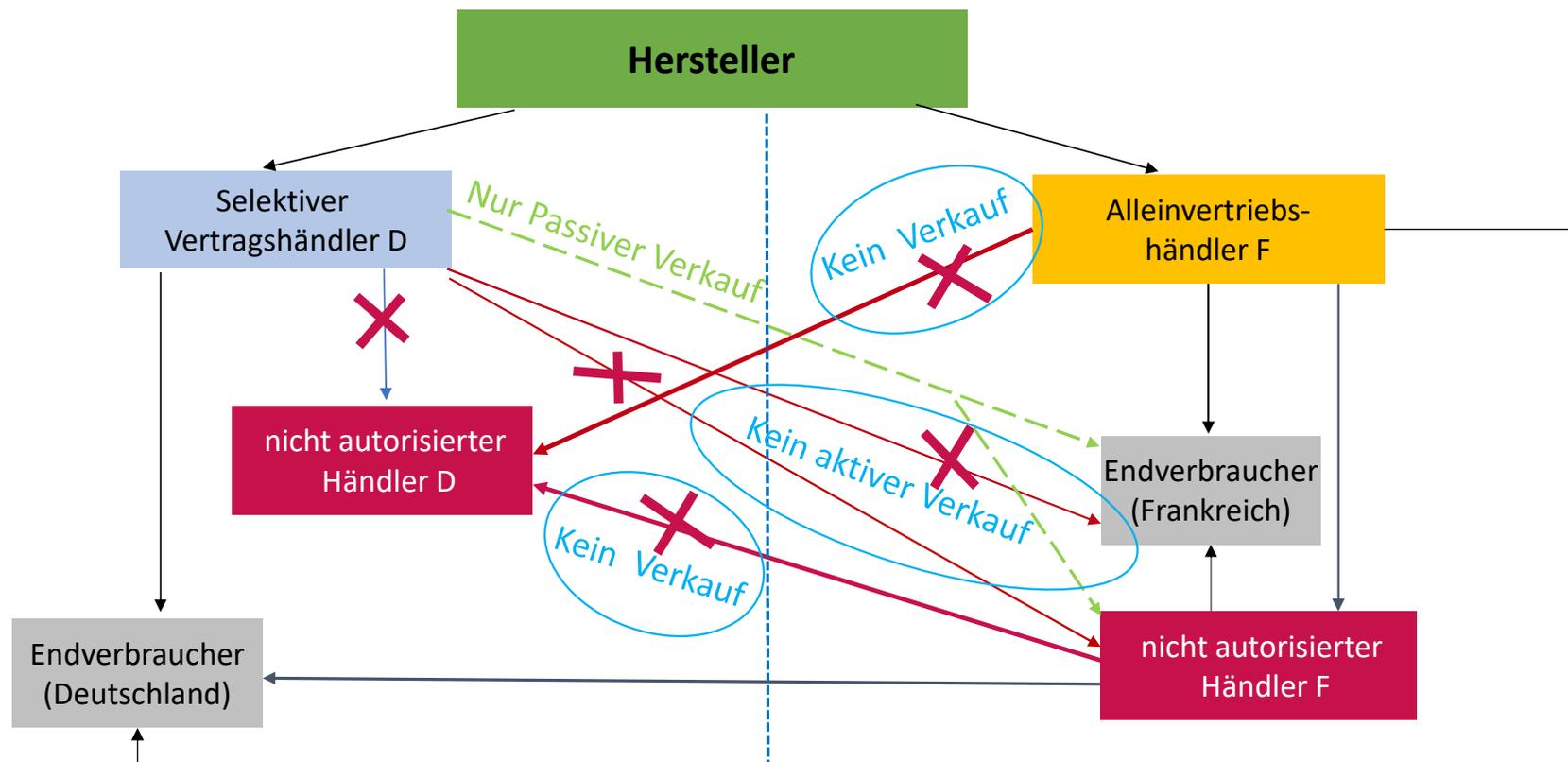
BLEIBT: Selektivvertrieb EU- weit



BISHER: Selektives System *neben* Alleinvertriebssystem



NEU: Selektives System *neben* Alleinvertriebssystem



Weiterverarbeiter: Händler oder Endverbraucher?

Abgrenzung im selektiven Vertrieb entscheidend für die Zulässigkeit der Verkaufsbeschränkung an nicht zugelassene Händler (Wiederverkäufer).

VGVO-E und Leitlinien-E definieren zentrale Begrifflichkeiten nicht.

BGH im Fall Porsche-Tuning II:

„Ein unzulässiger Wiederverkauf muss sich vielmehr auf die von den Beklagten vertriebenen Produkte, hier neue Serienfahrzeuge der Marke Porsche beziehen. Ein relevanter Wiederverkauf [der durch ein selektives Vertriebssystem unterbunden werden kann] liegt danach nur vor, wenn die Fahrzeuge als Neuwagen ohne (wesentliche) Veränderungen weiterverkauft werden.“

Diskussion:

- Was ist eine wesentliche Veränderung?
- Reicht z.B. bei einer Luxusuhr die Weiterbearbeitung durch Gravur, um in die Kategorie des zu beliefernden Endverbrauchers zu fallen?
- Klarstellung in den LL wünschenswert



Leitlinien-Entwurf: Mittelbare
Kundenkreisbeschränkungen

Doppelpreissysteme = Kundenkreisbeschränkung?

BISHER V-LL Rn. 52 d)

- Doppelpreissysteme laut Leitlinien = Kernbeschränkung
- **Doppelpreis:** Unterschiedlicher Preis oder unterschiedliche Vergütung für **ein und dieselbe Ware** für **ein und denselben Kunden**, je nachdem, ob die Ware online oder offline verkauft wird.

NEU: LL-E, Rn. 195

Doppelpreis **im Online-Vertrieb** nicht **per se Kernbeschränkung**, wenn unterschiedliche Preisgestaltung

- darauf abzielt, Investitionen für diesen Vertriebskanal anzuregen und angemessen zu vergüten und
- nicht bezweckt oder bewirkt, den Internetvertrieb zu behindern.
- Ansonsten bleibt Dual Pricing Kernbeschränkung [Rn. 189 lit. g)]

Gleichwertige Kriterien für den Online-Vertrieb?

BISHER V-LL Rn. 56

- Strenge Äquivalenz Auswahl- und Bonuskriterien für Online- und Offline Vertrieb
- Bonuskriterien müssen für Online-Verkäufe ein und desselben Händlers gleiches Bonusvolumen erlauben.

NEU: LL-E, Rn. 221

- Äquivalenz nicht immer möglich
- Sachliche Differenzierung erlaubt, solange sie legitime Zwecke verfolgt und nicht darauf abzielt, Online-Verkäufe zu behindern.
- Ähnliche Erwägungen relevant, wie bei Doppelpreisen.

Drittplattformen - Preissuchmaschinen

BISHER

- Keine klare Aussage in den LL
- EuGH (Coty):
Drittplattformverbote erlaubt
 - auch außerhalb des selektiven Vertriebs
 - auch außerhalb von Luxusgütern
- Anders wohl BGH i.S. ASICS
(→ Gesamtschau mit Ausschluss von Preisvergleichsseiten)

NEU: LL-E

- Drittplattformverbote erlaubt (Rn. 94)
- Einzelne „Maschinen/ Marktplätze“/
Vertriebskanäle können unter
Qualitätskriterien ausgeschlossen
werden (Rn. 194)
- Keine Blockade bestimmter
Werbekanäle insgesamt (Rn. 188)
- Insbesondere kein allgemeines Verbot
von Preissuchmaschinen/
Suchmaschinenwerbung (Rn. 192 f))