

## **EU-Petition für einen wirksamen Schutz der Verbraucher durch Sicherung der Aufrechterhaltung sachgerechter Vertriebsbindungsvereinbarungen**

Durch diverse Presseberichte wurden wir in diesen Tagen auf eine Unterschriftenaktion der Online-Vermarktungsplattform ebay aufmerksam, die zum Ziel hat, auch diese letzten (zulässigen!!!) Schutzmechanismen mit Unterstützung der zuständigen Kommission der Europäischen Union auszuhebeln. Die Initiatoren von ebay fordern die Ächtung derartiger Konzepte.

Die Unterzeichner dieses Schreibens betreiben seit \_\_\_\_\_ ein stationäres, service- und beratungsorientiertes Fachgeschäft. Insgesamt beschäftigt werden \_\_\_\_ fachlich geschulte und motivierte Mitarbeiter. Zudem bildet unser Unternehmen regelmäßig neue Verkaufs- und Service-Kräfte aus und setzt in seinem Sortiment vorrangig auf Markenprodukte namhafter Hersteller, die ihrerseits zahlreiche Arbeitsplätze in Deutschland und anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union sichern.

Im Gegensatz dazu operieren reine Internet-Anbieter mit zahlenmäßig deutlich weniger Personal und sparen oft (und zu Lasten der Endverbraucher) an dessen Qualifikation. Aufgrund dieser fehlenden Produkt- und Fachkenntnisse kommt es beispielsweise zunehmend vor, daß der Vertrieb von Plagiaten Streitgegenstand vor europäischen Gerichten ist. Diese Nachahmungen sind ein Ärgernis für die betroffenen Markenhersteller, und oft eine Gefahr für die Verbraucher, da sie häufig nur im Design dem Original gleichen, hinsichtlich der Produktsicherheit und der Wertigkeit der Materialien aber dem niedrigen Preis entsprechend billig verarbeitet und hergestellt sind.

Doch auch bei echten Markenprodukten ist die fachmännische Beratung im stationären Fachgeschäft gelebter Verbraucherschutz: Erst durch die umfangreiche Erläuterung der Produkteigenschaften ist angesichts der häufig sehr komplexen und detailreichen Ware der Verbraucher offerst in der Lage, das für seine Bedürfnisse optimale Produkt zu finden.

Unsere Beratungs- und Serviceleistung endet aber keineswegs mit dem Verkauf der Ware. Unser als Verbraucherschutz verstandener Dienst am Kunden geht darüber hinaus. Wir stehen für Rückfragen bezüglich der richtigen Anwendung der Ware zur Verfügung und sind selbstverständlich an schnellen, einfachen und kundenfreundlichen Lösungen interessiert, wenn das Produkt die übliche Qualität und Eigenschaften in dem konkreten Fall einmal nicht aufweisen sollte.

Und: Wir sind vor Ort. Mag unser Einzugsbereich, gemessen an den Dimensionen der Europäischen Union, eher als regional zu bewerten sein, so zeichnen wir uns in dieser konkreten Region doch durch besondere Kundennähe – und zwar im wörtlichen, räumlichen Sinne – aus. Zusammen mit meinen Fachhandelskollegen bilden wir ein dichtes Netzwerk in ganz Deutschland und der gesamten europäischen Union. Dieses Netzwerk regional tätiger stationärer Fachhändler sichert flächendeckend die Nahversorgung und den Verbraucherschutz in den Mitgliedstaaten.

Doch dieses verbraucherschützende Netzwerk bekommt Risse. Reine Internet-Anbieter setzen Beratung und Service aggressive Preise entgegen, um hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit die Defizite in diesen Punkten zu überspielen. Selbst eine überlebensnotwendige Minimalspanne zur Abdeckung der Fixkosten eines stationären Unternehmens (Ladenmiete, ausgebildetes Personal, Fortbildungen, Strom usw.) ist mit einigen Produkten vielfach kaum noch realisierbar. All das führt bereits seit längerer Zeit zu wettbewerbsverzerrendem, arbeitsplatzgefährdendem und wertevernichtendem Kostendruck bei uns und unseren Industriepartnern.

Dem hier stattfindenden Verdrängungswettbewerb wirken daher verantwortungsvolle Lieferanten in den letzten Jahren wieder verstärkt durch die Entwicklung von Vertriebsbindungskonzepten und leistungshonorierenden Vergütungsmodellen entgegen. Diese Maßnahmen haben das Ziel, den stationären Fachhandel und seine Wettbewerbsfähigkeit nach Maßgabe der aktuellen Gesetzgebung und Rechtsprechung zu fördern und zudem auch den image-adäquaten Ansprüchen hinsichtlich einer qualitativen und verbrauchergerechten Vermarktung der eigenen Markenprodukte Rechnung zu tragen.

Wir appellieren hiermit an Sie, sich für den Erhalt selektiver Vertriebssysteme einzusetzen, denn ein Markenhersteller soll selbst entscheiden können, welche Handelspartner für den qualifizierten Vertrieb notwendig sind.

<i>Name:</i>	
<i>Straße:</i>	
<i>PLZ/Ort:</i>	

Per Fax: 0211-66 98 333 ● Per Mail: [mittelstand@markt-intern.de](mailto:mittelstand@markt-intern.de)

## EU-Petition für eine Verlängerung der Gruppenfreistellungsverordnung

Durch diverse Presseberichte wurden wir in diesen Tagen auf eine Unterschriftenaktion der Online-Vermarktungsplattform ebay aufmerksam, die zum **Ziel** hat, **die zulässigen selektiven Vertriebssysteme mit Unterstützung der zuständigen Kommission der Europäischen Union auszuhebeln**. Die Initiatoren von ebay fordern die Ächtung derartiger Konzepte.

Art. 81 EG-Vertrag erklärt alle Vereinbarungen zwischen Unternehmen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen als mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten, welche den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen geeignet sind und eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken oder bewirken. Nach Absatz 3 des genannten Artikels können die Bestimmungen jedoch für nicht anwendbar erklärt werden auf

- Vereinbarungen oder Gruppen von Vereinbarungen zwischen Unternehmen,
- Beschlüsse oder Gruppen von Beschlüssen von Unternehmensvereinigungen,
- aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen oder Gruppen von solchen,

die unter angemessener Beteiligung der Verbraucher an dem entstehenden Gewinn zur Verbesserung der Warenerzeugung oder -Verteilung oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts beitragen, ohne dass den beteiligten Unternehmen

- Beschränkungen auferlegt werden, die für die Verwirklichung dieser Ziele nicht unerlässlich sind, oder
- Möglichkeiten eröffnet werden, für einen wesentlichen Teil der betreffenden Waren den Wettbewerb auszuschaalten.

Auf Basis dessen hat die Kommission der Europäischen Union die Verordnung Nr. 2790/1999 vom 22. Dezember 1999 erlassen. Diese tritt am 31. Mai 2010 außer Kraft, **soll aber nach den Plänen der Kommission der Europäischen Union verlängert werden. Wir befürworten dies ausdrücklich** - mit dem unten stehenden Vorschlag zur Klarstellung, was sachlich gerechtfertigte Beschränkungen des Verkaufs über Internet angeht. Im einzelnen:

Die Unterzeichner dieses Schreibens sind in verantwortlicher Position tätig in dem seit \_\_\_\_\_ existierenden Produktionsbetrieb für \_\_\_\_\_ .  
Insgesamt werden \_\_\_\_\_ fachlich geschulte und motivierte Mitarbeiter beschäftigt. Zudem bildet unser Unternehmen regelmäßig aus und setzt in seinem Vertrieb vorrangig auf stationäre Fachgeschäfte, die ihrerseits zahlreiche Arbeitsplätze in Deutschland und anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union sichern.

Die oben genannte und nun zur Verlängerung anstehende Vereinbarung stellt gewisse selektive Vertriebssysteme vom Kartellverbot des Artikels 81 frei. Hierbei verpflichtet sich der Anbieter, die Vertragswaren unmittelbar oder mittelbar nur an Händler zu verkaufen, die aufgrund festgelegter Merkmale ausgewählt werden, und in denen sich diese Händler verpflichten, die betreffenden Waren nicht an Händler zu verkaufen, die nicht zum Vertrieb zugelassen sind.

**Diese Freistellung gilt, wenn kein an der Vereinbarung beteiligtes Unternehmen einen Anteil von mehr als 30 % an einem von der Vereinbarung betroffenen relevanten Markt hat. Dies ist für unser Unternehmen der Fall.**

Als verantwortungsvolle Lieferanten setzen wir in den letzten Jahren wieder verstärkt auf die Entwicklung von Vertriebsbindungskonzepten. Diese Maßnahme hat das Ziel, den image-adäquaten Ansprüchen hinsichtlich einer qualitativen und verbrauchergerechten Vermarktung unserer Markenprodukte Rechnung zu tragen sowie den stationären Fachhandel und seine Wettbewerbsfähigkeit nach Maßgabe der aktuellen Gesetzgebung und Rechtsprechung zu fördern. Dieser bietet für unsere Produkte das hochwertige Markenumfeld, die Beratungskompetenz und setzt auf langfristige Produktpflege statt auf den kurzfristigen und häufig einmaligen Verkaufserfolg mit Waren aus unserer Produktion.

Deshalb fordern wir die Kommission auf, in Artikel 4 c) der Verordnung Nr. 2790/1999 nach "Beschränkungen des" das Wort "stationären" einzufügen; so wird klargestellt, daß Hersteller, wie die Kommission in Ziffer 51 ihrer Leitlinien festhält, Qualitätsanforderungen aufstellen können, die bis hin zu einem vollständigen Verbot von Internet-Verkäufen reichen, sofern dies sachlich gerechtfertigt ist.

Wir appellieren hiermit an Sie, sich für den Erhalt selektiver Vertriebssysteme einzusetzen, denn als Markenhersteller wollen wir selbst entscheiden können, welche Handelspartner für den qualifizierten Vertrieb notwendig sind.

Name: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Per Fax: 0211-66 98 333 ● Per Mail: [mittelstand@markt-intern.de](mailto:mittelstand@markt-intern.de)