

Bundeskartellamt
3. Beschlussabteilung
B 3 - 123/08

Bußgeldbescheid

in dem Kartellordnungswidrigkeitenverfahren
gegen

die

[...]

- Nebenbetroffene -

Verteidiger:

[...]

hat die 3. Beschlussabteilung des Bundeskartellamtes am 25. September 2009 beschlossen:

I.

Mitarbeitern der Nebenbetroffenen wird zur Last gelegt, gegen § 1 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) in der ab dem 15. Juli 2005 geltenden Fassung sowie gegen Art. 81 EG verstoßen zu haben, indem sie sich an Vereinbarungen und/oder abgestimmten Verhaltensweisen zwischen der Nebenbetroffenen und deren Abnehmern beteiligt haben, welche eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs auf dem Markt für den Handel mit Kontaktlinsen bezweckten oder bewirkten.

Dies betrifft im Einzelnen die folgenden Sachverhalte:

1. Vereinbarungen mit Abnehmern über einen Ausschluss des Internethandels mit Kontaktlinsen des Typs [...], später [...], im Zeitraum 15.07.2005 bis 19.07.2006 (sog. „Einverständniserklärungen“ bei Erstbestellung) bzw. im Zeitraum Januar - Dezember 2006 (sog. „Jahreskonditionen 2006“).

2. Verhinderung des Ebay-Handels mit Kontaktlinsen des Typs [...] und [...] im Wege einer generellen Lösungsabrede mit Ebay im Zeitraum 01.01.2006 bis 30.07.2007.
3. Vereinbarung mit mindestens vier großen Internethändlern über ein Großhandelsverbot mit Kontaktlinsen der Nebenbetroffenen im Zeitraum 10.02.2006 bis 31.12.2006.
4. Maßnahmen der „Preispflege“ im Zeitraum 01.01.2006 – 13.11.2008:
 - a. Druckausübung auf Internethändler, deren Abgabepreise beim Weiterverkauf von Kontaktlinsen der Nebenbetroffenen nicht dem gewünschten Niveau entsprachen
 - b. Vereinbarungen oder abgestimmte Verhaltensweisen mit diesen Internethändlern betreffend die Anhebung ihrer Abgabepreise
 - c. In-Aussicht-Stellen oder Gewähren von Vorteilen an solche Internethändler, die ein dauerhaft hohes Preisniveau beim Weiterverkauf der Kontaktlinsen der Nebenbetroffenen gewährleisten
 - d. Vereinbarung oder abgestimmte Verhaltensweisen mit diesen Internethändlern über Wahrung eines gewissen Preisniveaus beim Weiterverkauf von Kontaktlinsen der Nebenbetroffenen.

- Ordnungswidrigkeit nach § 81 Abs. 1 Nr. 1 GWB i.V.m. Art. 81 Abs. 1 EG-Vertrag, § 81 Abs. 2 Nr. 1 GWB in Verbindung mit § 1 GWB und §§ 9 Abs. 1 Nr. 1, Nr. 2, 14 Abs. 1, 30, 130 OWiG -.

II.

Gegen die Nebenbetroffene wird wegen der oben bezeichneten Ordnungswidrigkeit eine Geldbuße in Höhe von

[...] EURO

(in Worten: [...] EURO)

festgesetzt. Diese Geldbuße dient ausschließlich der Ahndung des ordnungswidrigen Verhaltens.

III.

Die Nebenbetroffene hat die Kosten des Verfahrens (Gebühren und Auslagen) zu tragen (§ 105 Abs. 1 OWiG i.V.m. §§ 464 Abs. 1, 464a Abs. 1, 465 Abs. 1 StPO).

Die Gebühren betragen nach § 107 Abs. 1 OWiG

[...] EURO
(in Worten: [...]).

Die Auslagen betragen insgesamt

[...] EURO
(in Worten: [...] EURO).

und sind ebenfalls von der Nebenbetroffenen zu tragen (§ 105 Abs. 1 OWiG).

IV.

Die Nebenbetroffene wird aufgefordert, spätestens zwei Wochen nach Rechtskraft dieses Bußgeldbescheides die Geldbuße und die Kosten (Gebühren und Auslagen), zusammen also

[...] EURO
(in Worten: [...] EURO)

auf das Gebührenkonto der

[...]

zu zahlen.

Als Verwendungszweck bitte ich folgendes Kassenzeichen anzugeben:

[...]

Im Fall der Zahlungsunfähigkeit hat die Nebenbetroffene schriftlich oder zur Niederschrift darzutun, warum ihr die fristgerechte Zahlung nach den wirtschaftlichen Verhältnissen nicht zumutbar ist (§ 66 Abs. 2 Nr. 2 b OWiG).

Wenn dieser Verpflichtung nicht nachgekommen wird, kann das Oberlandesgericht in Düsseldorf nach Ablauf einer Frist von zwei Wochen nach Eintritt der Fälligkeit auf Antrag des Bundeskartellamtes Erzwangungshaft anordnen (§§ 95 Abs. 1, 96 Abs. 1, 99 OWiG; §§ 83, 86 GWB).

V.

Beweismittel

Als Beweismittel dienen die Unterlagen, die bei der Durchsuchung der Nebenbetroffenen am 13. November 2008 freiwillig herausgegeben bzw. als Zufallsfunde sichergestellt wurden, sowie die Einlassung der Nebenbetroffenen vom 03. und vom 14. September 2009.

VI.

Die Nebenbetroffene bestreitet die Vorwürfe in tatsächlicher und rechtlicher Hinsicht, hat aber im Verfahren kooperiert.

Begründung

A. Sachverhalt

I. Hintergrund

- (1) Die Nebenbetroffene ist im Großhandel mit Kontaktlinsen, Kontaktlinsen-Pflegemitteln und optischen Erzeugnissen aller Art tätig. Sie gehört zu 100% der [...], ihrerseits eine Tochter der [...].
- (2) Die Gesamtumsätze der Nebenbetroffenen in Deutschland beliefen sich im Geschäftsjahr 2008 (Angaben nur für Januar bis Oktober vorhanden) auf etwa [...] €, davon wurden [...] € mit Kontaktlinsen und [...] € mit Kontaktlinsen-Pflegemitteln erzielt¹. Die [...] erzielte im Geschäftsjahr 2008 Umsätze von insgesamt [...].
- (3) Das Volumen des Gesamtmarktes für Kontaktlinsen in Deutschland belief sich nach Schätzungen der GfK im ersten Halbjahr 2008 auf [...] Mio. €; die Nebenbetroffene hatte danach einen Marktanteil von [...]. [...].

II. Vorgeworfenes Verhalten

1. Einverständniserklärungen

- (4) Mitarbeiter der Nebenbetroffenen haben mindestens im Zeitraum vom 15. Juli 2005 bis zum 19. Juli 2006 Abnehmern der Nebenbetroffenen bei der Erstbestellung von [...] Kontaktlinsen (später [...]) eine schriftliche Einverständniserklärung abverlangt, mit der diese sich verpflichteten, die [...] bzw. [...] nicht im Internet zu vertreiben².
- (5) Soweit mit Abnehmern sog. „Jahreskonditionen 2006“ schriftlich vereinbart wurden, enthielten diese ebenfalls den Zusatz, dass der jeweilige Abnehmer die [...] nicht aktiv im Internet anbieten werde³. Diese Jahreskonditionen blieben ungeachtet der Abschaffung der Einverständniserklärungen bis zum Ende des Jahres 2006 gültig.

2. Löschungsabrede Ebay

- (6) Mindestens in der Zeit vom 1. Januar 2006 bis zum 30.07.2007 haben Mitarbeiter der Nebenbetroffenen den Verkauf der Kontaktlinsen [...] und [...] über Ebay im Wege einer generellen Löschungsabrede mit Ebay verhindert⁴.

¹ IT-Ass.Nr. 205586.

² Ass. Nr. 20, S. 174; Ass. Nr. 13, S. 1 ff.; Ass. Nr. 25, S. 36, 40.

³ Ass. Nr. 33, S. 8, 12, 14, 30.

⁴ Ass. Nr. 19, S. 312, 339, S. 409-450; Ass. Nr. 22 S. 96; Ass. Nr. 30, S. 82.

3. Großhandelsverbot

- (7) Mitarbeiter der Nebenbetroffenen haben mindestens mit Wirkung vom 10. Februar 2006 bis zum 31.12.2006 mit mindestens vier – großen - Abnehmern/Internethändlern⁵ vereinbart, dass diese die von der Nebenbetroffenen erworbenen Kontaktlinsen ausschließlich zum Weiterverkauf an Endverbraucher verwenden (Großhandelsverbot)⁶.

4. Preispflege

- (8) Mitarbeiter der Nebenbetroffenen haben mindestens im Zeitraum vom 01. Januar 2006 bis zum 13. November 2008 ein Bündel von Maßnahmen unterhalten, welche intern als „Preispflege“ bezeichnet wurden:
- (9) Die Nebenbetroffene betrieb ein Überwachungs- und Interventionssystem. Mehrere Personen waren mit der Beobachtung und Kontrolle von Verkaufspreisen der Händler im Internet befasst.
- (10) Zuständig hierfür war u.a. das im Jahr 2006 neu aufgestellte Team „Emerging Channels“⁷, zu dessen Aufgaben die Kontaktaufnahme mit Händlern, deren Preise nicht dem gewünschten Niveau entsprachen, sowie die interne „*Absprache der Argumente, die zur Preispflege beitragen*“, gehörten⁸.
- (11) Als Folge von beobachteten Händlerabgabepreisen, welche nicht dem gewünschten Niveau entsprachen, haben Mitarbeiter der Nebenbetroffenen in zahlreichen Fällen mit den entsprechenden Internethändlern Kontakt aufgenommen. Ziel der Gespräche war es jeweils, die Händler dazu zu bewegen, ihre Abgabepreise anzuheben. In vielen Fällen gelang dies auch. Dies wird durch interne Emails belegt⁹.
- (12) Diese Form der „Preispflege“ betraf sämtliche wichtigen Kontaktlinsen der Nebenbetroffenen, also insbesondere die [...], die [...], die [...] und die [...] ¹⁰.
- (13) Zwei interne Dokumente zur geplanten Internetstrategie der Nebenbetroffenen vom September 2008¹¹ sahen Maßnahmen zur „*VK-Preisstabilisierung im Internetkanal*“ vor, u.a. „*klare empfohlene Verkaufspreise*“ und zeitlich begrenzte Aktionspreisempfehlungen, verbunden „*mit dem Hinweis, nach der Aktion die Preise wieder hochzunehmen*“. Als „*Maßnahme der Preispflege*“

⁵ [...].

⁶ Ass. Nr. 33 S. 1-2, 26-27, 28-29, Ass. Nr. 25, S. 40, 44, 45, 64.

⁷ Ass. Nr. 18, S. 20.

⁸ IT-Ass. Nr. 253122.

⁹ z.B.: IT-Ass. Nr. 219317; IT-Ass. Nr. 219317; Ass. Nr. 31, S. 529; Ass. Nr. 31, S. 204; Ass. Nr. 31, S. 201; Ass. Nr. 31 S. 198; Ass. Nr. 31, S. 519; IT-Ass. Nr. 243933.

¹⁰ Vgl. Ass. Nr. 29, S. 1-4; Ass. Nr. 36, S. 32-34.

¹¹ „Internet Strategy 2008“, Ass. Nr. 18, S. 13 ff.; PP-Präsentation „Außendienstinformation Internet 2008“, Ass. Nr. 28, S. 143 ff..

wurde hier die Rohertragsargumentation angeführt sowie auf die Erfolgsstory erfolgreicher hochpreisiger Shops hingewiesen.

- (14) Zu einigen Internethändlern, den sog. Top-Kunden, unterhielt die Nebenbetroffene ein besonderes Kooperationsverhältnis. Diese zeichneten sich durch besonders hohe Umsätze sowie dadurch aus, dass ihre Verkaufspreise im Netz regelmäßig nicht mehr als 10-15% unterhalb der UVP, bei Produktneueinführungen maximal 10% unterhalb der UVP der Nebenbetroffenen lagen, und zwar bezüglich sämtlicher bedeutender Kontaktlinsen¹². Die Einhaltung der maximal zulässigen Preisabweichung, des sog. „price grid“ durch diese Top-10 oder Top-11 wurde durch das Team „Emerging Channels“ kontinuierlich beobachtet und analysiert¹³.
- (15) Diese Händler, bei denen es sich um zehn bis elf „hochpreisige Shops“ handelte, welche *„auch mit uns kooperieren und mit unserer (Preis/Produkt)Politik übereinstimmen“*¹⁴ zeigten sich als *„konstante und professionelle Gruppe mit überproportionalem Wachstum“*¹⁵. Sie vereinten im Jahr 2007 bereits ca. [...] %, im Jahr 2008 etwa [...] % des Internetumsatzes der Nebenbetroffenen auf sich¹⁶.
- (16) Im Gegenzug für ihre besondere Kooperation wurden die Top-Kunden gegenüber anderen Internethändlern bevorzugt, indem ihnen besondere Einkaufskonditionen und Unterstützung etwa bei Marketingmaßnahmen zugesagt bzw. gewährt wurden¹⁷.

¹² Ass. Nr. 18, S. 24 ff.

¹³ Ass. Nr. 14, S. 5 ff.

¹⁴ Ass. Nr. 26, S. 35.

¹⁵ Ass. Nr. 22, S. 91.

¹⁶ Ass. 28, S. 192.

¹⁷ Ass. Nr. 28, S. 151; Ass. Nr. 27, S. 214; Ass. Nr. 18 S. 23 ff.

B.

Rechtliche Würdigung

- (17) Die dargestellten Verhaltensweisen verstoßen gegen § 81 Abs. 1 Nr. 1 GWB i.V.m. Art. 81 Abs. 1 EG-Vertrag, § 81 Abs. 2 Nr. 1 GWB in Verbindung mit § 1 GWB und §§ 9 Abs. 1 Nr. 1, Nr. 2, 14 Abs. 1, 30, 130 OWiG. Im Einzelnen:

I.

Objektiver Tatbestand

1. Einverständniserklärungen

- (18) Das Einfordern schriftlicher Einverständniserklärungen bzw. die Vereinbarung von Jahreskonditionen, mit denen Kunden sich verpflichteten, die [...] bzw. [...] Kontaktlinse nicht im Internet zu vertreiben, verstößt gegen § 1 GWB (und Art. 81 EG). Es handelt sich um eine Vereinbarung, die eine spürbare Beschränkung des Wettbewerbs auf der Ebene des Einzelhandels mit Kontaktlinsen der Nebenbetroffenen bezweckt und bewirkt.
- (19) Eine Freistellung nach § 2 GWB i.V.m. den Vorschriften der Vertikal-GVO¹⁸ kommt nicht in Betracht. Die Beschränkung des Internethandels stellt eine Kernbeschränkung gemäß Art. 4 b) bzw. Art. 4 c) Vertikal-GVO dar. Auch lagen die Marktanteile der Nebenbetroffenen im Tatzeitraum über der Schwelle von 30% nach Art. 3 Abs. 1 Vertikal-GVO.

Keine Rechtfertigung durch Argument des Gesundheitsschutzes

- (20) Eine ausnahmsweise sachliche Rechtfertigung¹⁹ liegt nicht vor. Insbesondere ist der Ausschluss des Internethandels nicht zur Sicherstellung eines richtigen Gebrauchs oder zum Schutz der Gesundheit der Träger von [...] bzw. [...] Kontaktlinsen erforderlich.
- (21) Die Nebenbetroffene trägt vor, dass sie für den Großteil ihrer Kontaktlinsen beim Vertrieb über das Internet lediglich qualitative Vorgaben (Sicherstellung einer Erstanpassung sowie von Nachkontrollen durch einen Fachmann im stationären Fachgeschäft/-abteilung) gemacht habe, die jedenfalls zum damaligen Zeitpunkt und auf Basis der damals vorliegenden Erkenntnisse (z.B. Ausstattung der Internethändler, klinische Studien, gesetzliche Regelungen, und Entscheidungspraxis) notwendig gewesen seien, um unkontrollierbare Gesundheitsrisiken zu vermeiden. Vor dem Hintergrund des damaligen Dis-

¹⁸ Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 der Kommission über die Anwendung von Art. 81 Abs. 3 des Vertrages auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen.

¹⁹ Rz. 51 der Leitlinien der Kommission für vertikale Beschränkungen, Mitteilung der Kommission vom 13.10.2000, Amtsblatt C 291/1.

kussionsstandes zu den mit dem Internetvertrieb verbundenen Gesundheitsrisiken, dem gesetzlichen „Totalverbot“ des Internetverkaufs mit Kontaktlinsen in einigen Ländern wie z.B. in Frankreich, Italien und Österreich, sei eine Beschränkung des Internethandels insbesondere für die neue Über-Nacht-Monatslinse [...], bei der sich für die Verbraucher ein erhöhtes Gesundheitsrisiko ergebe, sachlich gerechtfertigt gewesen.

- (22) Die Beschlussabteilung überzeugt diese Argumentation nicht. Kontaktlinsen, selbst 24h-Linsen, wie die hier in Rede stehenden, sind in Deutschland laut Medizinproduktegesetz frei verkäuflich, unterliegen also keinerlei Verschreibungspflicht, Vertriebsbeschränkungen oder Vorgaben bei der Warenpräsentation.
- (23) Eine fachmännische Erstanpassung, Beratung und regelmäßige Kontrollen mögen wünschenswert sein, unterliegen aber der Eigenverantwortung des Kontaktlinsenträgers. Jedenfalls dem Nachkauf von fachmännisch angepassten Kontaktlinsen im Internet stehen sie nicht entgegen.
- (24) Wollte man die Gesundheit der Konsumenten ernsthaft schützen, gäbe es mildere und zugleich geeignetere Mittel als ein Komplet-Verbot des Internethandels. Zu denken wäre z.B. an Beipackzettel oder aber an die Verpflichtung – an Internethändler wie an stationäre Händler – sich den Nachweis einer nicht länger als eine bestimmte Zeit zurückliegenden Anpassung vorlegen zu lassen. Diese Mittel werden von der Nebenbetroffenen nicht genutzt.
- (25) Es wäre auch lebensfremd, anzunehmen, dass stationäre Optiker in der Praxis von sich aus einen Nachweis über eine fachmännische Anpassung, ein Spezifikation des Augenarztes o.ä. verlangten. Vielmehr kann der Konsument die von ihm gewünschten Kontaktlinsen auch im stationären Handel jederzeit ohne Nachweis einer vorausgegangenen fachmännischen Anpassung erwerben. Weshalb die Augengesundheit des Kunden bei diesem Vertriebsweg besser geschützt sein sollte, ist daher nicht ersichtlich.
- (26) Die Nebenbetroffene beliefert überdies, wie die meisten anderen Hersteller auch, mindestens seit 2005 auch Drogerien und Supermärkte ([...] ²⁰), obwohl auch dort eine fachmännische Anpassung nicht erfolgt.
- (27) Im Ergebnis hält die Beschlussabteilung das Argument des Gesundheitsschutzes daher nicht für überzeugend. Tatsächlich geht es nach Auffassung der Beschlussabteilung darum, mit dem Internethandel einen besonders kompetitiven Vertriebskanal möglichst weitgehend einzuschränken, um so einem allgemeinen Preisverfall vorzubeugen. Dies geschieht zum einen im Interesse der stationären Augenoptiker, die sich von den Internetpreisen unter Druck gesetzt sehen, dient aber zum anderen auch der Sicherung der eigenen Gewinnmarge der Nebenbetroffenen. Die Beschlussabteilung sieht

²⁰ Ass. Nr. 25, S. 220, 223, 243 f., 156-157, 183 ff.

sich in dieser Auffassung durch die vorliegend gesichteten Beweismittel be-
stärkt.

- (28) Die Balance Internethandel-Fachhandel stellte für die Nebenbetroffene ein
zentrales Thema dar, und Mitarbeiter wurden in ihrer Argumentation gegen-
über dem stationären Handel entsprechend geschult²¹. Pflege und Ausbau
des Internetgeschäfts sollten nur in Abstimmung mit dem traditionellen Markt
vonstatten gehen²².

Keine Rechtfertigung durch Gesichtspunkt des Schutzes vor „free riding“

- (29) Laut Verteidigung war die Monatslinse [...] ein neues und neuartiges Produkt,
das in den Markt erst eingeführt werden musste. Für solche Fälle lasse auch
der Entwurf²³ der neuen Leitlinien zur Vertikal-GVO in Rz. 56 weitergehende
Beschränkungen zu²⁴.
- (30) Rz. 56 betrifft, obgleich in den Leitlinien zur Vertikal-GVO verortet, keinen
Fall der Gruppenfreistellung nach Art. 81 Abs. 3 EG, sondern eine Konstellation,
die nach Auffassung der KOM schon nicht unter Art. 81 Abs. 1 EG fällt,
wohl weil ein beschränkbarer Wettbewerb noch nicht besteht. So heißt es in
Rz. 56 ausdrücklich, dass diese auf Fälle beschränkt sein soll, in denen
*„Ein Händler, der als Erster eine neue Marke verkauft oder als Erster eine be-
stehende Marke auf einem neuen Markt verkauft, so dass von einem echten
Eintritt in den relevanten Markt gesprochen werden kann [...]“*.
- (31) Ein Optiker, der die [...] Kontaktlinse in sein bestehendes Kontaktlinsen-
Sortiment aufnimmt, ist aber kein solcher Händler. Weder tritt er neu in einen
Markt ein, noch muss er *„beträchtliche Mittel aufwenden, um den neuen
Markt zu erschließen bzw. aufzubauen“* i.S.v. Rz. 56. Vielmehr muss er nur
diejenige Anpass- und Beratungsleistung erbringen, die – nach dem Vorbrin-
gen der Verteidigung selbst – für jeden Erstverkauf einer neuen Kontaktlinse
erforderlich ist. Der Markt für Kontaktlinsen, auf dem die neue Linse in den
Wettbewerb eintritt, ist aber schon vorher erschlossen, und der Optiker hier

²¹ Vgl. exemplarisch Ass. Nr. 22 S. 79 f., S. 86 ff, S. 99 ff., Ass. Nr. 26, S. 35, 36.

²² Ass. Nr. 22, S. 87.

²³ http://ec.europa.eu/competition/consultations/2009_vertical_agreements/draft_notice_de.pdf.

²⁴ Rz. 56 des Entwurfs der Leitlinien lautet: *„Ein Händler, der als Erster eine neue Marke verkauft oder als Erster eine bestehende Marke auf einem neuen Markt verkauft, so dass von einem echten Eintritt in den relevanten Markt gesprochen werden kann, muss möglicherweise beträchtliche Mittel aufwenden, um den neuen Markt zu erschließen bzw. aufzubauen, wenn für das betreffende Produkt im Allgemeinen oder für das betreffende Produkt von diesem Hersteller vorher kein Bedarf bestand. Diese Aufwendungen gehen häufig verloren, so dass es durchaus möglich ist, dass ein Händler die Vertriebsvereinbarung nicht schließen würde, wenn er nicht für einen bestimmten Zeitraum vor (aktiven und) passiven Verkäufen durch andere Händler in sein Gebiet oder an seine Kundengruppe geschützt wird. Wenn der Händler beträchtliche Mittel aufwenden muss, um den neuen Markt zu erschließen bzw. aufzubauen, fallen Beschränkungen passiver Verkäufe durch andere Händler in dieses Gebiet oder an diese Kundengruppe in den ersten zwei Jahren, in denen der Händler die Vertragswaren oder -dienstleistungen in diesem Gebiet oder an diese Kundengruppe verkauft, im Allgemeinen nicht unter Artikel 81 Absatz 1 EG-Vertrag.“*

mit seinem stationären Ladenlokal bereits fest etabliert, ohne dass nennenswerte neue Investitionen auf ihn zukämen. Die Vereinbarung eines Verbots der Konkurrenz aus dem Internet schränkt diesen Wettbewerb ein und ist insofern als klassischer Verstoß gegen Art. 81 Abs. 1 EG zu werten.

- (32) Eine Freistellung dieses Verstoßes sieht die Vertikal-GVO und sehen die Leitlinien – auch unter dem Gesichtspunkt des Schutzes vor free-riding – gerade nicht vor²⁵. Auch eine Einzelfreistellung wird regelmäßig bereits daran scheitern, dass es an der angemessenen Verbraucherbeteiligung i.S.d. § 2 Abs. 2 GWB bzw. Art. 81 Abs. 3 EG fehlen dürfte, wenn alle Konsumenten gezwungen werden, für eine Leistung (Beratung im stationären Handel) zu bezahlen, die sie u.U. gar nicht wollen.

2. Lösungsabrede Ebay

- (33) Die Verhinderung des Verkaufs der Kontaktlinsen [...] und [...] über Ebay in den Jahren 2006 und 2007 (bis 30.07.07), die auf einer Lösungsabrede zwischen der Nebenbetroffenen und Ebay, also einer Vereinbarung zwischen Unternehmen beruhte, verstößt ebenfalls gegen § 1 GWB (und Art. 81 EG).
- (34) Dass Argumente des Gesundheitsschutzes für die Beschränkung des Ebay-Handels ausschlaggebend gewesen wären, wie die Verteidigung vorträgt, hält die Beschlussabteilung aus den oben genannten Gründen für nicht überzeugend.
- (35) Dies gilt zumal deshalb, weil die Nebenbetroffene den Ebay-Handel noch zu einem Zeitpunkt unterband (bis Juli 2007), als sie den Internethandel mit ihren Kontaktlinsen generell (nach eigenen Angaben bereits seit 2003) und den Internethandel mit den hier in Rede stehenden 24-Stunden-Linsen speziell (seit Juli 2006) bereits seit geraumer Zeit zuließ. Denn es ist nicht dargetan, dass und inwiefern der Ebay-Handel schwerwiegendere Gesundheitsrisiken aufwerfen würde als der sonstige Internethandel mit Kontaktlinsen.
- (36) Die besonders lange Aufrechterhaltung des Ebay-Verbots dürfte vielmehr darauf zurückzuführen sein, dass von diesem Vertriebsmedium generell ein besonderer Preisdruck und damit ein gesteigertes Risiko des allgemeinen Preisverfalls ausgeht, und dass Markenhersteller generell ihre Produkte ungern dort „verschleudert“ sehen.
- (37) Dass, wie die Verteidigung vorträgt, im relevanten Tatzeitraum über Ebay nur knapp 2% der Umsätze im Markt für Kontaktlinsen erzielt worden seien, bestätigt diese Tendenz. Ein Argument gegen die Spürbarkeit der vorgeworfenen Wettbewerbsbeschränkung liegt darin gerade nicht.

²⁵ Art. 4 b) bzw. Art. 4 c) Vertikal-GVO; Rz. 52 ff. des Entwurfs der Leitlinien zur Vertikal-GVO.

3. Großhandelsverbot

- (38) Das mindestens mit Wirkung vom 10. Februar bis 31. Dezember 2006 mit mindestens vier Internethändlern schriftlich im Rahmen von Jahreskonditionen vereinbarte Großhandelsverbot stellt ebenfalls eine gegen § 1 GWB (und Art. 81 EG) verstoßende, wettbewerbsbeschränkende Vereinbarung dar.

4. Preispflege

- (39) Die „Preispflege“ der Nebenbetroffenen im Internet in der Zeit vom 1. Januar 2006 bis zum Zeitpunkt der Durchsuchung am 13. November 2008 stellt sich als Verstoß gegen § 1 GWB bzw. Art. 81 EG dar. Die Preispflege umfasst ein Bündel von Maßnahmen zur Preisstabilisierung, welches die Grenze zulässiger UVP deutlich überschreitet.
- (40) Der Beweis einer Vereinbarung oder eines abgestimmten Verhaltens i.S.d. § 1 GWB (bzw. Art. 81 Abs. 1 EG) ist vorliegend jedenfalls in den (zahlreichen) Fällen erbracht, in denen im Anschluss an Kundengespräche eine Preisanhebung erklärtermaßen stattgefunden hat bzw. in denen sich Kunden dazu im Einzelfall bereit erklärt haben. Gleiches gilt für die Fälle, in denen sich Kunden (Top-Kunden) von vorneherein (konkludent) dazu bereit erklärt hatten, eine „Hochpreisstrategie“ einzuschlagen, d.h. nur in gewissem Umfang von den UVP abzuweichen. Ob schließlich auch in den Fällen, in denen sich nur die Kontaktaufnahme als solche, nicht aber deren Ergebnis im Einzelfall aus den Beweismitteln ergibt, ein abgestimmtes Verhalten anzunehmen ist, kann insofern dahingestellt bleiben.
- (41) Eine Freistellung kommt nach § 2 GWB i.V.m. Art. 4 a) Vertikal-GVO nicht in Betracht.
- (42) Die Verteidigung trägt dagegen vor, die Tatbestandsvoraussetzungen des § 1 GWB seien nicht erfüllt. UVP seien als einseitige Handlungen für sich genommen unproblematisch. Gleiches gelte für das Monitoring der Endverbraucherpreise. Auch die Erläuterung der Preisempfehlung sei nicht von § 1 GWB erfasst, wenn und soweit der Händler in seiner Entscheidungsfreiheit bei der Preissetzung frei bleibe. Anerkannt sei auch, dass allein der Umstand, dass sich die Adressaten in der Praxis u.U. an diesen UVP orientierten und ihnen ggf. auch folgten, keinen ausreichenden Beleg für den Nachweis einer Vereinbarung oder abgestimmten Verhaltensweise darstellen könne. Eine Preisveränderung eines Händlers falle nicht schon deshalb unter das Kartellverbot, weil sich der Händler an die zuvor erläuterte UVP des Händlers annähere. Dies überdehne den Tatbestand des § 1 GWB. Im Übrigen habe es hier auch tatsächlich erhebliche Abweichungen von den UVP der Nebenbetroffenen gegeben.

a. Grundsätzliche Beurteilung von UVP

- (43) Die einseitige Vorgabe von UVP ist nach geltendem Recht grundsätzlich zulässig. Ein generelles Empfehlungsverbot gibt es nicht. Unzulässig sind jedoch UVP, die sich infolge von Druck oder Anreizen tatsächlich wie Fest- oder Mindestverkaufspreise auswirken (Art. 4 a) Vertikal-GVO), sofern sie als Vereinbarung oder abgestimmte Verhaltensweise unter Art. 81 Abs. 1 EG bzw. § 1 GWB fallen.
- (44) Jede Kontaktaufnahme, die über die reine Übermittlung von UVP hinausgeht und diesen durch nachträgliche und erneute Thematisierung – insbesondere mit Blick auf das bisherige Preissetzungsverhalten des Händlers - Nachdruck verleiht, stellt deren Unverbindlichkeit in Frage und ist entgegen der Auffassung der Nebenbetroffenen als Druckausübung in diesem Sinne zu werten (s.u., Rz. (48) ff.).
- (45) Eine Kontaktaufnahme zwischen Lieferant und Händler betreffend den Wiederverkaufspreis stellt dann eine verbotene Vereinbarung oder Verhaltensabstimmung im Vertikalverhältnis im Sinne von § 1 GWB dar, wenn es dabei zu einer Abstimmung in der Weise kommt, dass sich der Lieferant konkret um die Koordinierung der Preisgestaltung des Händlers bemüht und sich Händler und Lieferant auf diese Weise über das künftige Vorgehen des Händlers verständigen (s.u. Rz. (56) ff.). Hierdurch kann zugleich eine abgestimmte Verhaltensweise im Horizontalverhältnis der Händler untereinander bewirkt werden, ohne dass diese selbst miteinander Kontakt aufnehmen müssten, jedenfalls dann, wenn die Unternehmen im Bewusstsein gemeinsamen Handelns die Empfehlung befolgen (s.u. Rz. (61) ff.)²⁶.
- (46) Der Beweis für eine *Vereinbarung* muss auf der direkten oder indirekten Feststellung des subjektiven Elements beruhen, das den Begriff der Vereinbarung kennzeichnet, d. h. auf einer Willensübereinstimmung²⁷. Im Adalat-Urteil hat das EuG aber festgestellt, dass auch ein „anscheinend einseitiges Verhalten eines Unternehmens im Rahmen seiner vertraglichen Beziehungen zu seinen Handelspartnern in Wirklichkeit Grundlage einer Vereinbarung zwischen Unternehmen im Sinne von Art. 81 Abs. 1 EG sein kann, wenn erwiesen ist, dass diese Partner dem Verhalten des Unternehmens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt haben“²⁸. Das Vorliegen einer ausdrücklichen oder stillschweigenden Zustimmung muss aber nachgewiesen werden²⁹.
- (47) Eine *abgestimmte Verhaltensweise* liegt in jeder Form der Koordinierung, die zwar nicht bis zum Abschluss eines Vertrags im eigentlichen Sinne gediehen

²⁶ Vgl. auch Langen/Bunte, Europäisches Kartellrecht, 10. Aufl., Art. 81 Rn. 34 a und Rn. 227 der Leitlinien der KOM zur Vertikal-GVO.

²⁷ EuG, 26.10.2000, T-41/96, Adalat, Leitsatz 3, zitiert nach juris.

²⁸ EuG, 26.10.2000, T-41/96, Adalat, Leitsatz 1, zitiert nach juris.

²⁹ EuG, 26.10.2000, T-41/96, Adalat, Leitsatz 4, zitiert nach juris..

ist, die aber bewusst eine praktische Zusammenarbeit an die Stelle des mit Risiken verbundenen Wettbewerbs treten lässt. Sie ist eine praktische Zusammenarbeit, die zu Wettbewerbsbedingungen führt, die [...] nicht den normalen Marktbedingungen entsprechen³⁰. Der Europäische Gerichtshof hat jüngst darauf hingewiesen, dass eine einmalige Kontaktaufnahme ausreichen kann, um es den beteiligten Unternehmen zu ermöglichen, ihr Marktverhalten abzustimmen³¹.

b. Kontaktaufnahme als unzulässige Druckausübung

- (48) Dass die Nebenbetroffene es bei der einmaligen und einseitigen Herausgabe von UVP nicht belassen wollte, indiziert bereits der intern verwendete Begriff der „*Preispflege*“. Denn „*Pflege*“ beinhaltet notwendig ein Element aktiver Einflussnahme.
- (49) Entsprechend war bei der Nebenbetroffenen ein Team u.a. damit beauftragt, mit denjenigen Kunden Kontakt aufzunehmen, deren „*Abgabepreise nicht dem gewünschten Niveau entspr[a]chen*“ bzw. eine solche Kontaktaufnahme über andere interne Stellen („*VL, ADM, Vertriebsleitung*“) zu veranlassen - unter „*Absprache der Argumente, die zur Preispflege beitragen*“.
- (50) Eine solche Kontaktaufnahme mit Händlern, die das gewünschte Preisniveau unterschritten, hat auch tatsächlich stattgefunden.
- (51) Das seitens der Nebenbetroffenen betriebene Monitoring der Händlerabgabepreise war Teil dieser Strategie, da es die Identifizierung der Preisabweichler überhaupt erst ermöglichte. Die Frage, ob das Monitoring „für sich genommen unproblematisch“ gewesen wäre, stellt sich daher nicht.
- (52) Wenn ein Lieferant sich nicht auf die reine Kommunikation seiner UVP beschränkt, sondern darüber hinaus mit seinen Abnehmern Kontakt aufnimmt und das Gespräch über deren Preisgestaltung sucht, so macht allein dieser Umstand den Abnehmern deutlich, dass ihre Weiterverkaufspreise beobachtet werden, und dass es nicht ohne Konsequenz bleibt, wenn diese nicht dem gewünschten Niveau entsprechen.
- (53) Allein die nachträgliche und nachdrückliche erneute Thematisierung der UVP bildet mithin einen über die eigentliche UVP hinausgehenden Versuch der Einflussnahme, welcher die Unverbindlichkeit der Empfehlung und damit die Preissetzungsfreiheit des Abnehmers in Frage stellt und als unzulässige Druckausübung i.S.d. Art. 4 a) Vertikal-GVO zu qualifizieren ist³².

³⁰ Loewenheim/Meessen/Riesenkampf, Art. 81 Abs. 1 EG Rn. 95 m.w.N.

³¹ EuGH, 04.06.2009, C-8/08, T-Mobile Netherlands, Leitsatz 3, lt. ABl. C180/12, 01.08.2009 und Pressemitteilung des EuGH.

³² Vgl. auch Baron in Loewenheim/Meessen/Riesenkampf, Europ. u. dt. Kartellrecht, 2. Aufl., 2009, Vertikal-GVO, Rn. 169: „*Eine Ausübung von Druck liegt dann vor, wenn Sanktionen des Lieferanten den Käufer daran hindern, den festgesetzten Höchstpreis oder die Preisempfehlung tatsächlich zu unterschreiten. Erfasst*

- (54) Diese Definition der Druckausübung hat das Bundeskartellamt schon vor der 7. GWB-Novelle in seinem „Informationsblatt des BKartA zu den Verwaltungsgrundsätzen bei UVP für Markenwaren“³³ zu § 23 Abs. 1 Nr. 1 GWB vertreten. Dort heißt es:

„I.7. Auf Wiederverkäufer darf kein wirtschaftlicher, gesellschaftlicher oder sonstiger Druck ausgeübt werden, um sie zu veranlassen, von den unverbindlich empfohlenen Preisen nicht oder nur geringfügig abzuweichen. Eine über die Preisangabe hinausgehende Einflussnahme des preisempfehlenden Unternehmens auf die Preisgestaltung seiner Abnehmer ist grundsätzlich als unzulässige Druckausübung anzusehen“³⁴.

- (55) Auch nach den Leitlinien der KOM zur Vertikal-GVO ist eindeutig unproblematisch nur der Umstand – „für sich genommen“ –, dass der Lieferant dem Käufer eine Liste mit Preisempfehlungen übergibt³⁵.

c) Vorliegen einer Vereinbarung oder abgestimmten Verhaltensweise

- (56) Die Druckausübung als solche unterfällt als einseitige Maßnahme nicht dem Tatbestand des § 1 GWB bzw. Art. 81 Abs. 1 EG. Sie ist aber deutliches Indiz dafür, dass eine abgestimmte Verhaltensweise hier vorlag oder zumindest herbeigeführt werden sollte. Denn wer nicht plant, auf Einhaltung einer Abrede zu dringen, bzw. in sonstiger Weise koordinierenden Einfluss zu nehmen, braucht kein umfassendes Überwachungs- und Interventionssystem zu unterhalten. Er braucht dem Abnehmer nicht zu kommunizieren, dass seine Weiterverkaufspreise (und die seiner Konkurrenten) genauestens beobachtet werden und dass und warum eine Anhebung derselben für ihn (und für alle) vorteilhaft wäre³⁶:

- (57) Hier wird entgegen der Auffassung der Nebenbetroffenen das Vorliegen einer Vereinbarung oder abgestimmten Verhaltensweise letztlich unmittelbar dadurch belegt, dass Abnehmer im Anschluss an Gespräche mit Mitarbeitern

sind dabei alle Vorkehrungen, die dem Käufer für diesen Fall Nachteile auferlegen. Auch eine bloße Preisbeobachtung bzw. –überwachung durch den Verkäufer rechnet dazu, falls (unausgesprochen) dem Käufer bei einer Preisunterbietung Konsequenzen drohen“.

³³ Abgedruckt bei Langen/Bunte, 9. Auflage, Bd. 2, S. 2858 ff.

³⁴ Unterstreichung hinzugefügt.

³⁵ Rz. 47 d. Leitlinien zur Vertikal-GVO a.E.

³⁶ Vgl. auch EuGH, Adalat, 06.01.2004, C-2/01 P und C-3/01 P, Rn. 83, zitiert nach juris: „Das Vorliegen einer nach Art. 81 Abs. 1 EG verbotenen [...] Vereinbarung setzt nicht notwendig voraus, dass ein System nachträglicher Kontrollen und von Sanktionen besteht, auch wenn die Einführung eines solchen Systems doch ein Indiz für das Vorliegen einer solchen Vereinbarung darstellen kann“, Vgl. auch Vertikal-Leitlinien der KOM, Rz. 47: „Der Umstand, dass der Lieferant dem Käufer eine Liste mit Preisempfehlungen übergibt, wird für sich genommen nicht als Tatbestand gesehen, der eine vertikale Preisbindung bewirkt. Das Aussprechen von Preisempfehlungen kann aber auf eine vertikale Preisbindung hinauslaufen, wenn hierauf indirekt „unterstützende“ Maßnahmen angewandt werden. [...] Direkte oder indirekte Maßnahmen zur Preisfestsetzung sind noch wirksamer, wenn sie mit Maßnahmen zur Ermittlung von Vertriebshändlern kombiniert werden, die die Preise unterbieten, wie z.B. Preisüberwachungssystemen“. Unterstreichungen hinzugefügt.

der Nebenbetroffenen ihre Preise für Produkte der Nebenbetroffenen heraufgesetzt und so den UVP angenähert haben (Bsp. s.o.).

- (58) Ob die Belege dabei in Gestalt von E-Mails der Abnehmer selbst vorliegen, in denen diese ihre Preisheraufsetzung bestätigen, oder ob es sich um interne E-Mails der Nebenbetroffenen handelt, in denen von erfolgreichen Preisverhandlungen berichtet wird, ist für deren Beweiskraft unerheblich.
- (59) Die Verteidigung trägt demgegenüber vor, es sei anerkannt, dass allein die Befolgung einer UVP keinen hinreichenden Nachweis für das Vorliegen einer Vereinbarung oder abgestimmten Verhaltensweise darstelle.
- (60) Dem ist nicht zuzustimmen. Das EuG hat – ganz im Gegenteil - am 03.12.2003 in der Rs. T-208/01, „VW-Händlerverträge“ in Abgrenzung zu EuGH v. 08.09.2003, Rs. C-338/00 P, „Volkswagen AG./KOM“, festgestellt, dass die Zustimmung der Händler von Volkswagen zu deren wettbewerbswidrigen Maßnahmen dort „*außer Frage*“ gestanden habe, da die italienischen Hersteller sich ihnen gefügt und nicht an ausländische Kunden verkauft hätten. Das Urteil Volkswagen, in dem der für die Nichtigerklärung der Entscheidung der KOM vorgebrachte Klagegrund der angeblichen Einseitigkeit der Maßnahmen zurückgewiesen wurde, beruhe somit auf der „*Feststellung einer Zustimmung, die sich aus der Umsetzung der Maßnahmen des Herstellers ergibt*“³⁷. Umgekehrt wurde die „*nicht seltene*“ Nicht-Einhaltung von UVP im Fall JCB vom EuG als Indiz gegen eine Abstimmung der Weiterverkaufspreise herangezogen³⁸. Etwas anderes ergibt sich –entgegen dem Vortrag der Verteidigung- auch nicht aus dem Urteil des EuGH in Sachen Bundesverband der Arzneimittelimporteure (Rechtsmittel Adalat) bzw. aus der Adalat-Rechtsprechung des EuG. Denn dort ging es um die Frage, ob allein die Fortsetzung von Geschäftsbeziehungen zu einem Hersteller - also ein reines Nichtstun - wenn dieser einseitig eine neue Politik einführt, einer stillschweigenden Zustimmung der Großhändler zu dieser Politik gleichkommt. Diese Fallkonstellation ist mit dem Fall des Befolgens von UVP jedoch nicht vergleichbar. Denn die Einhaltung von UVP verlangt eine Umsetzung, also ein aktives Tun, zumal dann, wenn der ursprünglich gewählte Verkaufspreis nachträglich an die UVP angenähert werden muss.
- (61) Der Verweis der Verteidigung darauf, die Händler, die ihre Preise im Anschluss an die Kontaktaufnahme heraufgesetzt hätten, hätten sich lediglich von der „Erfolgsstory hochpreisiger Shops“ überzeugen lassen, bzw. hätten erst durch das Gespräch ihre Möglichkeiten der Gewinnmaximierung erkannt und daraufhin autonom genutzt, spricht dabei eher für als gegen eine unzulässige Verhaltensabstimmung i.S.d. § 1 GWB. Denn hochpreisige Shops können naturgemäß insbesondere dann erfolgreich sein, wenn der Preis-

³⁷ EuG aaO, Rz. 53, 54, vgl. auch Wagner-von-Papp, „Empfiehl sich das Empfehlungsverbot?“, WuW 2005, S. 379, 383.

³⁸ EuG, 13.01.2004, T-67/01, „JCB“, Rz. 129.

wettbewerb insgesamt – bspw. aufgrund erfolgreicher Bemühungen des Herstellers um eine Koordinierung der Preisstabilität im Horizontalverhältnis der Händler untereinander - außer Kraft gesetzt ist.

- (62) Entsprechend verweisen einige der Beweismittel ausdrücklich darauf, dass sich ein Händler nur unter der Bedingung bereit erklärt habe, die Preise heraufzusetzen, dass bestimmte andere Wettbewerber dies auch tun³⁹ bzw. umgekehrt darauf, dass Händler sich bei der Nebenbetroffenen über niedrige Internetpreise anderer Händler beschwert und damit gedroht hätten, ihre eigenen Preise ebenfalls zu senken, wenn der andere Händler die seinen nicht anhebe⁴⁰.
- (63) Durch ihre Preispflege bewirkte die Nebenbetroffene mithin eine abgestimmte Verhaltensweise auch im Horizontalverhältnis der Händler untereinander, ohne dass diese selbst miteinander Kontakt aufnehmen mussten, jedenfalls dann, wenn die betroffenen Händler im Bewusstsein gemeinsamen Handelns die Empfehlung befolgten. Ob dies hier der Fall war, kann offenbleiben.
- (64) Ob auch da, wo das Ergebnis der Verhandlungen nach Lage der Akten offenbleibt, ein Verstoß gegen § 1 GWB im Sinne eines abgestimmten Verhaltens bejaht werden kann, weil das Gespräch jedenfalls die Unsicherheit über das Verhalten des jeweils anderen – und ggf. über konkurrierende Händler - durch Koordination ersetzt hat und nach der jüngsten Rechtsprechung des EuGH⁴¹ zu vermuten ist, dass beide Parteien die ausgetauschten Informationen bei ihrem weiteren Marktverhalten berücksichtigt haben, kann hier dahingestellt bleiben.
- (65) Dass die Bemühungen der Nebenbetroffenen um die Einhaltung ihrer UVP insgesamt erfolgreich waren, ergibt sich entgegen der Auffassung der Nebenbetroffenen aus deren eigenen Marktbeobachtungen⁴². Danach sind nur ca. [...]% (bei der Linse [...]) bzw. [...]% der Kunden (bei der Linse [...]) um mehr als 15% von der UVP abgewichen. Die „Top 11 Kunden“ haben hingegen nur „*moderate Abweichungen*“ gezeigt (von einer Ausnahme abgesehen blieben sie im Wesentlichen innerhalb des für „strategische Partner“ zulässigen Rahmens von 0-15% Abweichung). Allein diese Top-Kunden standen aber im Bezugszeitraum nach eigenen Berechnungen der Nebenbetroffenen für [...]% ihres Internetumsatzes⁴³. Die von der Verteidigung dagegen vorgebrachten Abweichungen von der UVP laut GfK-Statistik mögen zwar im Einzelfall erheblich gewesen sein, nehmen sich jedoch im Lichte des Vorstehenden unbedeutend aus. Im Übrigen ist unbestritten, dass es regelmäßig

³⁹ Ass. Nr. 31, S. 204, s.o. unter A.II.4.

⁴⁰ Vgl. z.B. Ass. Nr. 31, S. 204 und S. 205, oben zitiert unter A.II.4.,

⁴¹ EuGH, 04.06.2009, C-8/08, T-Mobile Netherlands.

⁴² Ass. Nr. 18, S. 29 ff.

⁴³ Ass. 28, S. 192.

Abweichungen gab – diese waren schließlich der Anlass für das vorgeworfene Einschreiten der Nebenbetroffenen.

- (66) Dass die Top-Kunden die an sie gestellten Erwartungen im Hinblick auf die maximale Abweichung von den UVP der Nebenbetroffenen nach deren eigenen Beobachtungen erfüllt haben, belegt entgegen der Auffassung der Nebenbetroffenen das Vorliegen einer (konkludenten) Willensübereinstimmung i.S.d. § 1 GWB bzw. Art. 81 Abs. 1 EG auch in dieser Beziehung. (Soweit den Top-Kunden im Gegenzug Vorteile gewährt wurden, liegt hierin zugleich ein Verstoß gegen § 21 Abs. 2 GWB, der hier aber zurücktritt.)

II.

Subjektiver Tatbestand

- (67) Die vorgeworfenen Verhaltensweisen wurden vorsätzlich verübt.

III.

Rechtswidrigkeit und Vorwerfbarkeit

- (68) Gründe, welche die Rechtswidrigkeit oder Vorwerfbarkeit ausschließen, sind nicht ersichtlich.

IV.

Zurechnung

- (69) Die vorgeworfenen Verhaltensweisen sind dem Geschäftsführer der Nebenbetroffenen nach § 130 Abs. 1 S. 1 OWiG, der Nebenbetroffenen nach § 30 Abs. 1 Nr. 1 OWiG zuzurechnen.

V.

Konkurrenzen

- (70) Zugunsten der Nebenbetroffenen wurden sämtliche Maßnahmen der Preispflege und der Beschränkung des Internethandels als einheitliche Tat gewertet, da sie alle dem Ziel dienten, das Preisniveau für Kontaktlinsen der Nebenbetroffenen auf dem Markt insgesamt hoch zu halten.

C.

Bußgeldbemessung

- (71) Bei der Bemessung der Geldbuße war zu berücksichtigen, dass es sich bei Maßnahmen der vertikalen Preisbindung um besonders schwerwiegende Wettbewerbsbeschränkungen handelt, die bereits für sich genommen die Annahme eines Grundbetrages von 15% des tatbezogenen Umsatzes rechtfertigen.
- (72) Tatbezogener Umsatz war hier, da es um die Wahrung der Preisstabilität auf dem Markt für Kontaktlinsen insgesamt ging, nicht etwa nur der Internetumsatz der Nebenbetroffenen, sondern deren gesamter mit dem Verkauf von Kontaktlinsen an Einzelhändler (Internet und stationär) erzielter Umsatz.
- (73) Zugunsten der Nebenbetroffenen wurden u.a. die freiwillige Aufgabe mehrerer der vorgeworfenen Verhaltensweisen noch vor Verfahrenseinleitung sowie ihre Kooperation während des Verfahrens berücksichtigt.

Rechtsmittelbelehrung

Dieser Bußgeldbescheid wird rechtskräftig und vollstreckbar, wenn kein Einspruch eingelegt wird. Der Einspruch kann innerhalb von zwei Wochen nach Zustellung des Bußgeldbescheides schriftlich oder zur Niederschrift beim Bundeskartellamt, Kaiser-Friedrich-Straße 16, 53113 Bonn, eingelegt werden. Die Frist ist nur gewahrt, wenn der Einspruch vor Fristablauf dort eingeht. Er kann auf bestimmte Beschwerdepunkte beschränkt werden. Nach einem Einspruch kann auch eine für die Nebenbetroffene nachteiligere Entscheidung getroffen werden.

Bei einem Einspruch entscheidet das Oberlandesgericht Düsseldorf aufgrund einer Hauptverhandlung über die Beschuldigung. Es kann jedoch auch durch Beschluss entscheiden, wenn die Nebenbetroffene und die Staatsanwaltschaft diesem Verfahren nicht widersprechen.

Unterschrift

Unterschrift

Unterschrift