



---

**Rabattsystem der Bosch Siemens Hausgeräte GmbH, München,**

Branche: Haushaltsgeräte  
Aktenzeichen: B7-11/13  
Datum der Entscheidung: 23. Dezember 2013

---

Das Bundeskartellamt verfolgt das im Februar 2013 eingeleitete Kartellverwaltungsverfahren gegen die Bosch Siemens Hausgeräte GmbH, München (im Folgenden: BSH) wegen des von BSH Anfang 2013 eingeführten Systems von Leistungsrabatten vorerst nicht weiter.

Das Rabattsystem hatte BSH in den Jahresvereinbarungen mit Fachhändlern eingeführt, die BSH-Geräte sowohl über ein stationäres Ladengeschäft als auch über einen Webshop absetzen (sog. Hybridhändler). Die Leistungsrabatte setzten am Herstellerabgabepreis an und fielen umso niedriger aus, je mehr Umsatz ein Hybridhändler über seinen Webshop erzielte. Das Bundeskartellamt wertete das Rabattsystem als wettbewerbsbeschränkendes Doppelpreissystem, da es für aktuelle und potentielle Hybridhändler Anreize setzte, ihren Online-Vertrieb zu begrenzen bzw. einen Online-Vertrieb gar nicht erst einzuführen. Hierdurch wird der Wettbewerb im Onlinehandel sowie der davon ausgehende Preisdruck auf stationäre Fachhändler reduziert. BSH hat das Rabattsystem zwischenzeitlich modifiziert und wird sämtlichen Händlern ab 2014 für den Vertrieb über das Internet und über stationäre Ladengeschäfte gleich hohe Leistungsrabatte anbieten.

BSH betätigt sich weltweit in Herstellung und Vertrieb von elektrischen Haushaltsgeräten. Im Geschäftsjahr 2012 erzielte BSH insgesamt Umsätze in Höhe von rd. 10 Mrd. €. Hiervon entfielen rd. 6 Mrd. € auf die EU und davon rd. 2 Mrd. € auf Deutschland. Der Geschäftsschwerpunkt von BSH liegt bei großen Haushaltsgeräten. Der Vertrieb erfolgt überwiegend zweistufig über den Elektrofachhandel und den Küchenhandel. Das verfahrensgegenständliche Rabattsystem hat BSH ausschließlich in Deutschland etabliert.

## 1. Rabattsystem (2013)

Das nach stationärem und Online-Weiterverkauf differenzierende System von Leistungsrabatten sollte nach Angabe von BSH dazu dienen, „die höherwertige Handelsleistungen des stationären Vertriebs zu honorieren“. Es sah im Einzelnen bestimmte Präsentations- und Beratungsrabatte vor, die sich in der Höhe je nach Vertriebsweg unterschieden. Die Berechnung der Leistungsrabatte erfolgte in zwei Schritten:

- **Quotenfestlegungsverfahren:** Zunächst wurde festgelegt, in welchem Umfang der Hybridhändler die BSH-Geräte über sein stationäres Ladenlokal und in welchem Umfang er diese über seinen Webshop absetzt (z.B. 80% stationär und 20% online). Diese Einstufung der hybriden Fachhändler erfolgte eigenständig durch eine Schätzung der BSH, d.h. ohne Mitwirkung der betroffenen Händler.
- **Rabattsätze:** In einem zweiten Schritt errechnete sich der individuelle Rabattsatz des jeweiligen Hybridhändlers, indem seine Online-/Offline-Quote auf festgelegte Rabattsätze angewendet wurde. Die festgelegten Rabattsätze lagen dabei für Vertriebsleistungen im stationären Bereich mehr als 5x so hoch wie im Online-Bereich. Dies führt bei einem Hybridhändler mit relativ hoher Online-Quote zu einem deutlich geringeren Rabatt im Vergleich zu einem rein stationär tätigen Händler.

### 1.1. Wettbewerbsbeschränkung

Das in den Jahresvereinbarungen zwischen BSH und den Hybridhändlern vereinbarte Rabattsystem bezweckte eine Wettbewerbsbeschränkung im Sinne von Art. 101 Abs. 1 AEUV, § 1 GWB.

- Die Rabatte zielten nach Auffassung des Bundeskartellamtes auf eine Beschränkung der wirtschaftlichen Handlungsfreiheit der Hybridhändler durch BSH. Durch niedrigere Rabatte für den Online-Vertrieb setzte BSH Hybridhändlern Anreize, BSH-Geräte eher stationär als online abzusetzen. Geringere Rabatte als Folge des Onlinevertriebs schlugen sich in erhöhten Abgabepreisen an Endkunden nieder. Diese reduzieren die mögliche Absatzmenge über das Internet unmittelbar, veranlassen den Händler aber darüber hinaus, seinen Absatz aktiv in Richtung stationäres Geschäft umzulenken, um hierdurch zu einem späteren Zeitpunkt wieder höhere Rabatte gewährt zu bekommen. Dass durch die Rabatte zu Lasten des Online-Vertriebs möglicherweise höhere Kosten des Stationärhandels ausgeglichen werden sollten, spricht nicht gegen das Vorliegen einer Wettbewerbsbeschränkung sondern ist im Rahmen der Freistellungsprüfung

berücksichtigungsfähig. Verstärkt wurde die Beschränkung durch das Quotenfestlegungsverfahren. BSH hatte sich insoweit das Recht vorbehalten, die Online-/Offline-Umsatzquote des Händlers unterjährig anzupassen. Damit standen die Hybridhändler ganzjährig unter dem Risiko einer Rabattsenkung durch BSH. Diese Unsicherheit konnte ein Hybridhändler nur einschränken, indem er den Absatz im Vergleich zum Vorjahr konstant hielt oder sich vollständig auf den stationären Vertrieb beschränkte.

- Die Beschränkung der Handlungsfreiheit der Hybridhändler verfälschte den Wettbewerb beim Absatz von BSH-Geräten. Das Bundeskartellamt geht davon aus, dass die Händler beim Absatz von BSH-Geräten insbesondere beim Online-Vertrieb in intensivem Wettbewerb zueinander stehen, da ihre Angebote bundesweit über das Internet einsehbar und vergleichbar sind. Außerdem übt der bundesweite Online-Handel Wettbewerbsdruck auf den regionalen Stationärhandel aus. Daher führen höhere Preise und eine Mengenreduktion im Online-Handel zu einer Dämpfung des Preisdrucks, den der Online-Handel auf den stationären Handel ausübt. Des Weiteren wurden die Anreize für bislang rein stationär tätige Händler verringert, ebenfalls im Online-Vertrieb aktiv zu werden. Die Entscheidung, auch online tätig zu werden, hätte neben höheren Kosten (z.B. für Einrichtung und Pflege eines Webshops, Versand/Retouren und evtl. zusätzliche Mitarbeiter) auch eine vergleichsweise nachteilige Rabattstruktur mit sich gebracht. Insoweit verminderte sich auch der potentielle Wettbewerb.

## **1.2. Keine Freistellung**

Gründe für eine Gruppen- oder Einzelfreistellung nach Art. 101 Abs. 3 AEUV, § 2 GWB waren nicht ersichtlich. Eine Freistellung über die Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Beschränkungen scheitert daran, dass es sich um eine Beschränkung des Gebiets oder der Kundengruppe, in das bzw. an die ein an der Vereinbarung beteiligter Abnehmer Vertragswaren verkaufen darf, handelt und damit um eine Kernbeschränkung im Sinne von Art. 4 b) dieser Verordnung.<sup>1</sup> Mithilfe eines entsprechend gespreizten Doppelpreissystems kann ein Anbieter im Extremfall sogar in der Lage sein, den Absatz über das Internet faktisch auszuschließen. Bereits aus diesem Grund erscheint die Prüfung der Freistellung im Einzelfall angezeigt. Auch die Vertikal-Leitlinien der Kommission werten Doppelpreissysteme ausdrücklich als

---

<sup>1</sup> Verordnung Nr. 330/2010 der Kommission über die Anwendung von Artikel 101 Abs. 3 AEUV auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen, Amtsblatt L 102/1 vom 23.4.2010.

Kernbeschränkungen (vgl. Rn 52).<sup>2</sup> Auch hat BSH die Voraussetzungen für eine Einzelfreistellung nach Auffassung des Bundeskartellamtes nicht substantiiert dargetan. Insoweit bestanden Zweifel an dem Vorliegen von Effizienzvorteilen sowie an der Unerlässlichkeit der festgestellten Wettbewerbsbeschränkung.

Qualitative Effizienzvorteile hätten vorausgesetzt, dass durch die mit dem Rabattsystem verbundene Beschränkung des Preiswettbewerbs zu Lasten des Online-Handels eine Verbesserung des Qualitätswettbewerbs erreicht würde. Dies ist nicht erkennbar; Effizienzvorteile generiert somit dieses Doppelpreissystem nicht. Etwaige höhere Kosten im stationären Vertrieb könnten aus Sicht des Bundeskartellamtes zudem über fixe Zuschüsse, die von BSH direkt an Händler mit Stationärvertrieb gezahlt werden, abgegolten werden (siehe dazu unten). Dies gilt auch für Beratungsaufwand im Ladengeschäft, wobei sich die Vorbereitung des Kaufs eines großen Haushaltsgeräts nach den Erkenntnissen des Bundeskartellamtes bei heutigen Kunden sehr differenziert darstellt und kein allgemeines „Trittbrettfahrerproblem“ zulasten des stationären Handels zu beobachten ist.

Selbst wenn das gespreizte Rabattsystem zu Effizienzvorteilen führte, wäre es nicht unerlässlich im Sinne von Art. 101 Abs. 3 AEUV, § 2 GWB: Es wurde nicht überzeugend dargelegt, weshalb fixe Zuschüsse als alternatives, wettbewerblich neutraleres Instrument nicht zur Verfügung stünden, um auf Seiten von BSH stationäre Handelsleistungen finanziell zu unterstützen<sup>3</sup>. Bei fixen Zuschüssen für bestimmte Ausstellungsflächen oder Mitarbeiterzahlen im stationären Bereich besteht anders als bei variablen, umsatzabhängigen Rabatten nicht die Gefahr, den Händler durch entsprechende Anreizsetzung beim Onlineabsatz zu behindern. Sie zielen vielmehr unmittelbar auf den entstandenen stationären Aufwand des Händlers, ohne seinen Internetvertrieb zu berühren. Insoweit ergaben aber auch die Ermittlungen des Bundeskartellamtes keine durchgängig höheren Gesamtkosten beim Stationärvertrieb im Vergleich zum Online-Vertrieb. Auch fixe Zuschüsse wären im Einzelfall auf ihre wettbewerblichen Auswirkungen hin zu überprüfen.

---

<sup>2</sup> Leitlinien der Europäischen Kommission für vertikale Beschränkungen, Amtsblatt C 130/1 vom 19.5.2010.

<sup>3</sup> Vgl. insoweit auch Rn 52 d) der Leitlinien der Europäischen Kommission für vertikale Beschränkungen, Amtsblatt C 130/1 vom 19.5.2010.

## **2. Rabattsystem (2014)**

Mit Schreiben vom 29. November 2013 hat BSH dem Bundeskartellamt mitgeteilt, dass BSH in den Jahresvereinbarungen ab 2014 auf eine Rabattspreizung verzichtet. Die betroffenen Händler hat BSH mit Schreiben vom 17. Dezember 2013 informiert. Damit sind künftig für den stationären und für den Online-Absatz gleich hohe Rabatte erreichbar. Um die Rabatte zu erzielen, muss ein Händler verschiedene Präsentations- und Beratungsleistungen erbringen. Die zur Rabattgewährung für den Online-Absatz herangezogenen Leistungskriterien (z.B. Qualität Online-Präsentation, Mitarbeiterqualifizierung) korrespondieren inhaltlich mit den Kriterien für den stationären Absatz (Qualität Ausstellung, Mitarbeiterqualifizierung).

Neben den Rabattsätzen hat BSH auch das Verfahren der Quotenfestlegung modifiziert. Nunmehr hat auch der Händler die Möglichkeit, eine Neuberechnung seiner Quote zu fordern und diese über einen neutralen Dritten (Steuerberater, Wirtschaftsprüfer) nachzuweisen. Da die genaue Umsatzverteilung ein Geschäftsgeheimnis des Händlers darstellt, ist eine Angabe der Quote in Spannen möglich. Im Jahr 2014 wird BSH übergangsweise allen Händlern die vollen Rabatte gewähren und kein Quotenfestlegungsverfahren durchführen.

Das Bundeskartellamt wertet das Rabattsystem (2014) nach vorläufiger Einschätzung nicht als wettbewerbsbeschränkende Vereinbarung. Die erzielbaren Rabatte sind online und stationär gleich hoch. Zwar kann es sein, dass ein Händler auch bei diesem Rabattsystem online oder stationär nicht den vollen Rabatt erhält, weil er nicht sämtliche rabattrelevanten Leistungen erbringt. Der dann entstehende Rabattunterschied wäre allerdings Folge der eigenen Entscheidung des Händlers. Nach einem Markttest des Bundeskartellamts werden die rabattrelevanten Leistungen im Online-Bereich überwiegend von den Händlern als gut umsetzbar eingeschätzt. Zudem handelt sich bei den rabattrelevanten Leistungen um qualitative Anforderungen an den Internetvertrieb, die ein Hersteller mit seinen Händlern vereinbaren darf.

BSH beabsichtigt, ab 2015 bei hybriden Händlern in der Jahresvereinbarung die Quote des Online-/Offline-Umsatzes feststellen zu lassen. Die Quotenfestlegung wird jedoch, wie dargestellt, nur in den – voraussichtlich eher seltenen – Fällen relevant werden, in denen ein Händler online und offline unterschiedlich hohe Rabattsätze verwirklicht. Zudem kann die jeweilige Quote auf Initiative des Herstellers oder des Händlers unterjährig und ohne Offenlegung sensibler Geschäftszahlen korrigiert werden. Das Bundeskartellamt sieht deshalb das mit der Quotenfestlegung verbundene Restrisiko einer wettbewerbsbeschränkenden Wirkung als begrenzt an, wird aber den Markt insoweit beobachten. Das Verwaltungsverfahren

wird zunächst nicht weiter verfolgt und würde nur bei substantiellen Beschwerden zu dem neuen Rabattsystem wieder aufgenommen werden.

Vgl. zu Doppelpreissystemen auch die Fallberichte GARDENA (siehe [Fallbericht vom 5. Dezember 2013](#)) und Dornbracht ([siehe Fallbericht vom 13. Dezember 2011](#)) sowie das Diskussionspapier vom 10. Okt. 2013 zur Tagung des AK Kartellrecht zum Thema „[Vertikale Beschränkungen in der Internetökonomie](#)“ ([www.bundeskartellamt.de](http://www.bundeskartellamt.de)).