



---

**Amazon ändert weltweit seine Geschäftsbedingungen für Händler auf seinen Markt-  
plätzen – Bundeskartellamt stellt Missbrauchsverfahren ein**

Branche: Online-Handel

Aktenzeichen: B2 – 88/18

Datum der Entscheidung: 17. Juli 2019

---

Das Bundeskartellamt hat sein Missbrauchsverfahren gegen Amazon bzgl. der Überprüfung der allgemeinen Geschäftsbedingungen und bestimmter Verhaltensweisen gegenüber Händlern auf dem deutschen Marktplatz amazon.de eingestellt. Amazon hat seine allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Marktplatzhändler in den vom Bundeskartellamt beanstandeten Punkten geändert und weitere Änderungen des Marktplatzbetriebs zugesichert, mit denen die wettbewerblichen Bedenken in Bezug auf die gerügten Verhaltensweisen ausgeräumt werden. Die Änderungen stellen erhebliche Verbesserungen für die Marktplatzhändler dar, ohne dass die Interessen der Kunden auf dem Marktplatz, insbesondere die Servicequalität, dadurch beeinträchtigt werden. Amazon nimmt die Änderungen in seinen allgemeinen Geschäftsbedingungen (Business Solutions Agreement - BSA) nicht nur für den deutschen Marktplatz amazon.de vor, sondern auch für alle europäischen Marktplätzen (amazon.co.uk, amazon.fr, amazon.es, amazon.it) sowie weltweit auf allen seinen Online-Marktplätzen einschließlich des US-amerikanischen und der asiatischen Marktplätze.

**Zu den Händlerbeschwerden:**

Aufgrund zahlreicher Beschwerden von Händlern hatte das Bundeskartellamt das Missbrauchsverfahren Ende November 2018 wegen des Verdachts auf missbräuchliche Geschäftsbedingungen und Verhaltensweisen auf dem deutschen Marktplatz amazon.de eingeleitet (siehe PM vom 29.11.2018). Es betraf verschiedene Aspekte in den allgemeinen Geschäftsbedingungen von Amazon, wie sie insb. im Business Solutions Agreement „BSA“ vorgegeben werden, sowie bestimmte Verhaltensweisen von Amazon gegenüber den Marktplatzhändlern. Neben den zahlreichen – zum Teil anonymen – Eingaben und Beschwerden von Amazon-Händlern wurden Hinweise in Zeitungsartikeln, von Verbänden und aus Internet-Foren berücksichtigt, in denen

vergleichbare Beschwerden über Amazon vorkamen. Beanstandet wurden letztlich verschiedene missbräuchliche Regeln und Verhaltensweisen von Amazon beim Betrieb von amazon.de. Dazu gehören u.a. die intransparente Ausgestaltung der Geschäftsbedingungen, überraschende und teilweise nicht oder nur formelhaft begründete Kündigungen und Sperrungen, die fehlenden Möglichkeiten für Händler, eine vertragskonforme Leistung von Amazon durchzusetzen sowie streitige Sachverhalte aufzuklären, die Schlechterstellung von Händlern im Zusammenhang mit Kundenbewertungen, die Verpflichtung der Händler zur umfassenden Übertragung von Nutzungsrechten an Produktmaterial (insbesondere Bildern), die Verpflichtung der Händler zur Kostenübernahme bei offensichtlich unberechtigten Kundenretouren und verschiedene weitere Regelungen und Verhaltensweisen des Marktplatzes.

Soweit sich die Beschwerden der Händler auf darüber hinausgehende Aspekte bezogen, insbesondere auf Fragen zur Verwendung von Marktplatzdaten, zum Ranking und zur Buy-Box, wurden diese vom Bundeskartellamt nicht aufgegriffen. Denn sie sind Gegenstand von Untersuchungen der Europäischen Kommission. Beschwerden von sog. Vendoren, d.h. den Lieferanten der Handelssparte des Amazon-Konzerns (Amazon Retail), waren von vornherein nicht Gegenstand des Verfahrens.

### **Zu den Änderungen im Einzelnen:**

- Transparenz und Vertragsänderungen: Bisher war es für die Händler schwer zu überblicken, welche Bestimmungen auf der Amazon-Plattform für sie gelten. Die begrenzte Transparenz und Auffindbarkeit der Geschäftsbedingungen war kein konkreter Missbrauchsvorwurf des Amtes, wurde aber indirekt bei anderen Aspekten beanstandet. Nunmehr sollen alle Regelungen besser auffindbar zur Verfügung stehen, insb. sämtliche Programmrichtlinien über einen Hyperlink in den BSA zugänglich sein. Zudem sind Änderungen an den Bedingungen des Vertrages und der Programme künftig grundsätzlich mit einer Frist von 15 Tagen vorher anzukündigen. Des Weiteren müssen die Benachrichtigungen von Amazon zumutbar zu empfangen und dokumentierbar sein. Im deutschen Sprachraum wird Amazon zumindest einen der E-Mail-Kommunikation vergleichbaren Standard einhalten.
- Rechtswahl und Gerichtsstand: Bisher sind Händler, die Amazon verklagen wollen, gezwungen, die Klage in Luxemburg über dortige Anwälte zu erheben, da in den Geschäftsbedingungen für die europäischen Marktplätze Luxemburg als ausschließlicher Gerichtsstand vorgegeben ist. Auf diese Ausschließlichkeit hat Amazon nun sowohl in

den Geschäftsbedingungen für den Marktplatz (BSA) als auch in den Geschäftsbedingungen für Zahlungsverkehr (Amazon Payments Agreement „APE“) für Europa verzichtet. Es besteht somit die Möglichkeit, dass nach allgemeinen Regeln eine Zuständigkeit inländischer Gerichte begründet ist. Nach internationalem Privatrecht sind ausschließliche Gerichtsstandvereinbarungen im Unternehmerverkehr zwar prinzipiell zulässig, selbst wenn ansonsten kein Bezug zum Ort des Gerichtsstands besteht. Das Amt hatte hier aber wettbewerbsrechtliche Bedenken, dass dies zu einer Behinderung von Marktplatzhändlern führt, ihre Rechte gegenüber Amazon auf dem Rechtsweg durchzusetzen. Denn den Händlern entstehen zusätzliche Kosten für die Hinzuziehung auch luxemburgischer Anwälte und für Übersetzungen. Hingegen kann Amazon im Hinblick auf die verpflichtende Anwendung luxemburgischen Rechts sachliche Gründe geltend machen, nämlich dass für die Händler auf allen europäischen Amazon-Marktplätzen einheitliche rechtliche Bedingungen bestehen sollen. Zudem wäre eine nachträgliche Änderung des anwendbaren Rechts bei fortlaufenden Vertragsverhältnissen problematisch und der Rechtssicherheit nicht dienlich. Es bleibt deshalb weiterhin bei der Vorgabe Amazons, dass luxemburgisches Recht für die Geschäftsbeziehungen maßgeblich ist.

- Haftungs- und Freistellungsregeln: Bisher enthält das BSA einen sehr umfassenden Haftungsausschluss und weitgehende Haftungsbeschränkungen allein zugunsten von Amazon. Für die Händler sind dagegen eine weite Haftung sowie die Verpflichtung vorgesehen, Amazon gegenüber eventuellen Ansprüchen Dritter freizustellen. Durch die neuen Regelungen für die europäischen Marktplätze wird der Haftungsausschluss zugunsten von Amazon künftig deutlich eingeschränkt und die Freistellungsverpflichtung zulasten der Händler enger gefasst werden. Insbesondere haftet Amazon künftig ebenso wie die Händler auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit sowie für typische Schäden bei Verletzung wesentlicher Vertragspflichten. Eine Freistellungsverpflichtung der Händler wird sich nicht mehr bereits bei bloß behaupteten Verletzungen von geistigen Eigentumsrechten bzw. Vertragspflichten ergeben, sondern nur bei Vorliegen konkreter Anhaltspunkte. Auch hat Amazon in seinem abschließenden Schreiben an das Bundeskartellamt klargestellt, dass ein Freistellungsanspruch im Rahmen des FBA wegen Einheiten (d.h. eingesandten Produkten) des Händlers nur besteht, wenn Amazon nachweist, dass es sich bei der beanstandeten Einheit tatsächlich um das vom Händler eingesandte Produkt handelt. Erstmals werden zudem Freistellungsverpflichtungen gegenüber Ansprüchen Dritter auch für Amazon, also zugunsten der Händler eingeführt.

Die bisher stark zu Lasten der Marktplatzhändler gehenden Haftungs- und Freistellungsregelungen werden damit auf Betreiben des Bundeskartellamtes in Europa wesentlich abgemildert und ausgeglichener gestaltet. Damit werden nunmehr europäische Mindeststandards bei Beziehungen zwischen Gewerbetreibenden (B2B) beachtet.

- Kündigung und Sperrung: Bisher hatte Amazon sich ein unbeschränktes Recht zur sofortigen Kündigung oder Sperrung von Händlern ohne Begründung vorbehalten, ebenso wie zur sofortigen Sperrung von Konten ohne Begründung. Zahlreiche Händler beschwerten sich über für sie nicht nachvollziehbare und überraschende Kündigungen sowie über die damit verbundenen Umsatzeinbußen.

Nunmehr gilt eine Kündigungsfrist von 30 Tagen bei ordentlichen Kündigungen. Bei außerordentlichen Kündigungen und Sperrungen wegen Gefährdungen und Rechtsverletzungen besteht erstmals eine Informations- und Begründungspflicht – außer dies würde es betrügerisch oder rechtswidrig agierenden Händlern erleichtern, die Kontrollsysteme des Unternehmens zu durchschauen. Angesichts vielfältiger Rechtsverstöße und Betrugsversuche auf dem Marktplatz muss Amazon die Möglichkeit behalten, hiergegen schnell vorzugehen – hat das aber nunmehr zu begründen.

Zur praktischen Bedeutung: Im Jahr 2018 wurden von Amazon auf dem deutschen Marktplatz mehr als 250.000 Verkäufer-Konten dauerhaft und mehr als 30.000 Verkäufer-Konten vorübergehend gesperrt. Grund waren vor allem Betrugsvorwürfe (daneben Verletzung gewerblicher Schutzrechte und Produktfälschungen). Zukünftig spielen hier auch die kommenden Regelungen der europäischen Verordnung zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten („Platform-to-Business-Verordnung“) eine Rolle.

- Nutzungsrechte an Produktmaterial und Paritätsvorgabe: Die Händler mussten Amazon als Marktplatzbetreiber sowie den mit ihm verbundenen Unternehmen bislang unwiderruflich sehr weitgehende weltweite Nutzungsrechte an dem von ihnen bereitzustellenden Produktmaterial (z.B. Produkt-Bilder/-Beschreibungen) einräumen. Zudem mussten sie nach Maßgabe der sog. Paritätsklausel Produktmaterial zur Verfügung stellen, das qualitativ ebenso hochwertig ist wie das hochwertigste, von ihnen in anderen Vertriebskanälen verwendete Material. Nach vorläufiger Einschätzung der Beschlussabteilung könnten Händler dadurch unter Druck geraten, Produktmaterial bereitzustellen, hinsichtlich dessen sie die geforderten weitgehenden Nutzungsrechte gar nicht einräumen können. Sofern berechnigte Dritte insoweit Ansprüche geltend machen würden, wären sie zudem

gegenüber Amazon zur Freistellung verpflichtet. Auch könnte die Paritätsvorgabe es Händlern erschweren, sich durch weitergehende oder speziellere Produktinformationen in anderen von ihnen genutzten Vertriebskanälen, namentlich in ihren eigenen Online-Shops, vom Amazon-Marktplatz abzuheben.

Künftig wird die Gewährung von Nutzungsrechten an Produktmaterialien klarer und enger gefasst. Die Rechteübertragung wird zeitlich auf die Dauer der (originären oder abgeleiteten) Schutzrechte des Händlers und inhaltlich hinsichtlich der möglichen Verwendung durch Amazon beschränkt. Zudem wird die Paritätsvorgabe, wonach das hochwertigste in anderen Vertriebskanälen des Händlers verwendete Material bereitgestellt werden muss, zukünftig entfallen und mit ihr die darin indirekt enthaltene Beschränkung der Händler, auf eigenen Shop-Seiten weitergehende oder hochwertigere Produktmaterialien zu veröffentlichen als auf amazon.de. Qualitative Anforderungen von Amazon an die Darstellung auf dem Marktplatz bleiben aber zulässig. Damit können Hersteller und Händler ihre eigenen Webseiten in qualitativer Hinsicht (z.B. Bilder, Inhalte) attraktiver gestalten und eine potentiell verstärkte Sogwirkung hin zum Amazon-Marktplatz aufgrund einer vertriebskanalübergreifend vereinheitlichten Produktdarstellung vermeiden. Insbesondere sollen die Möglichkeiten, mit großen Internetplattformen in effektiven Preis- und Qualitätswettbewerb zu treten, offen gehalten werden. Diesem Zweck dienen bereits das Verfahren des Amtes zur Abschaffung der Preisparität bei Amazon aus dem Jahr 2012/2013 ([PM vom 26.11.2013](#)) sowie auch die Verfahren gegen Preisparitätsklauseln bei Hotelportalen (siehe Verfahren gegen HRS und booking.com).

- Retouren und Erstattungen: Die äußerst kundenfreundlichen Amazon-Regeln gegenüber Käufern zu Retouren und Erstattungen bleiben unangetastet. Allerdings beschwerten sich Händler darüber, dass sie selbst bei erkennbar unberechtigten oder sogar missbräuchlichen Kundenretouren sämtliche Kosten sowie die sonstigen Folgen einer falschen Entscheidung des Marktplatzbetreibers zu tragen haben. Denn Amazon hat bisher die alleinige und endgültige Entscheidungskompetenz über die Annahme von Retouren bei Versand durch Amazon (Fulfillment by Amazon „FBA“) und bei Geltendmachung einer A bis Z-Garantie durch den Kunden.

Zukünftig sollen dagegen die Interessen der Händler im Innenverhältnis zu Amazon stärkere Berücksichtigung finden. Beispielsweise sollen diejenigen Händler, die Fulfillment by Amazon (FBA) nutzen, das Recht haben, die Rücksendung retournierter Produkte zu verlangen und innerhalb von 30 Tagen Widerspruch gegen eine Erstattungsentscheidung von Amazon einzulegen. Im Rahmen der Retourenabwicklung kann Ama-

zon allerdings nicht jedes retournierte Produkt in jedem Fall dem betreffenden Händler zuordnen. Amazon hat hierzu im abschließenden Schreiben an das Bundeskartellamt klargestellt, dass im Fall eines Widerspruchs ein Erstattungsanspruch gegenüber dem Händler nur geltend gemacht wird, wenn Amazon nachweist, dass es sich bei dem zugrundeliegenden Produkt tatsächlich um das Produkt des Händlers handelt. Insoweit trägt Amazon im Innenverhältnis zum Händler das Risiko der Rückerstattung. Die Retourenpraxis des Amazon-Marktplatzes im Verhältnis zu den Käufern bleibt auch davon unberührt, insbesondere können die Kunden von den Händlern nicht in Regress genommen werden. Denn die Attraktivität des Online-Kaufs ergibt sich für Verbraucher nicht zuletzt aus den großzügigen Rückgabe- und Erstattungsregelungen von Amazon, insbesondere der plattformweiten A-bis-Z-Garantie. Im Innenverhältnis zum Händler soll allerdings nicht mehr das „alleinige Ermessen“ von Amazon maßgeblich und ein Ausgleichsanspruch daher möglich sein.

- Verkäuferbewertungen/Produktrezensionen: Auf dem Amazon-Marktplatz finden Käufer zahlreiche Bewertungen anderer Käufer im Hinblick auf Händler (sog. Verkäuferbewertungen) und auf Produkte (sog. Produktbewertungen oder Kundenrezensionen).

Bei den Verkäuferbewertungen sehen sich die Händler benachteiligt, weil Amazon selbst als Verkäufer nicht bewertet wird. Sie beanstanden, dass ihnen auf dem Marktplatz nachteilige Konsequenzen bei negativen Verkäuferbewertungen drohen (im Hinblick auf die Darstellung ihrer Angebote auf der Webseite sowie bei Ranking und Buy-Box), während für Amazon Retail nach Abschluss einer Kauftransaktion eine Verkäuferbewertung von den Kunden gar nicht erst eingeholt wird. Hier hat Amazon aber bekräftigt, sein eigenes Retailgeschäft nicht gegenüber Dritthändlern zu bevorzugen. Soweit sich die Beschwerden der Händler auf mögliche Auswirkungen der Verkäuferbewertungen auf Ranking und Buy-Box beziehen, ist der Ausgang der laufenden Untersuchungen der EU-Kommission abzuwarten.

Hinsichtlich der Produktbewertungen haben Händler kritisiert, dass über Drittanbieter – sog. Rezensionsclubs – eingeholte Produktbewertungen zu ihren Produkten nicht mehr eingestellt bzw. von der Plattform gelöscht werden, während die von Amazon selbst über das eigene Bewertungsprogramm „Vine“ generierten Rezensionen weiter veröffentlicht werden, obwohl auch hier die Rezensenten zwar nicht direkt bezahlt werden, aber das Testprodukt immerhin kostenlos erhalten. Da das Vine-Programm bislang nur den sog. Vendors, d.h. den Lieferanten von Amazon Retail zugänglich ist, sah das Amt darin eine Benachteiligung der Marktplatzhändler und eine Hebelwirkung zur Belieferung

von Amazon Retail. Dies gilt insbesondere für neue Produkte, bei denen noch keine anderen zulässigen Kundenbewertungen – z.B. über verifizierte Käufe – zur Verfügung stehen können. Auf Betreiben des Bundeskartellamts wird Amazon daher zeitnah das Vine-Programm für Marktplatzhändler, die Markenrechtsinhaber bzw. Bevollmächtigte sind, öffnen und die hierfür erforderlichen Kapazitäten schrittweise ausbauen. Zusätzlich wird Amazon das Bewertungsprogramm „Early-reviewer“ in Europa einführen. Darin können Händler neue Produkte anmelden, für die Amazon Kunden auffordert, im Anschluss an den Kauf gegen geringe Vergütung Rezensionen abzugeben. Außerdem hat Amazon dargelegt, dass das Unternehmen an der Einführung weiterer Programme arbeitet, mit denen Dritthändler z.B. durch Übersetzung von Kundenrezensionen in andere Sprachen unterstützt werden.

Das Bundeskartellamt sieht, dass es bei Bewertungen ein erhebliches Risiko der missbräuchlichen, falschen und manipulativen Verwendung gibt, die sowohl für Kunden als auch für konkurrierende Händler nachteilig ist. Amazon hat ein großes und gerechtfertigtes Interesse erkennen lassen, solche nicht authentischen Bewertungen („fake-reviews“) zu bekämpfen. Das Amt hat deshalb von weiteren Forderungen abgesehen und will zunächst die Auswirkungen der weiteren Änderungen und Neuerungen sowie die Ergebnisse seiner Sektoruntersuchung „Nutzerbewertungen“ (siehe Pressemitteilung vom 23.05.2019) abwarten.

- Europäische Versandmodelle: Das Amt hatte kritisiert, dass Amazon im Rahmen dieser Versandmodelle auf den in inländischen und ausländischen Logistikzentren vorhandenen Lagerbestand der Marktplatzhändler Zugriff nehmen und ihn über die eigene Retail-Sparte verkaufen könne. Amazon hat die wettbewerblichen Bedenken des Bundeskartellamtes jedoch durch Erläuterung der tatsächlichen Handhabung dieser Modelle sowie damit für die Händler verbundener Vorteile ausräumen können.
- Geheimhaltung: Bisher enthalten die Händler-Bedingungen von Amazon sehr restriktive Vorgaben im Hinblick auf öffentliche Äußerungen der Händler wie insb. die Verpflichtung, Amazons vorherige schriftliche Zustimmung einzuholen. Davon nimmt Amazon nunmehr Abstand. Auch eine zwischenzeitlich beabsichtigte Verpflichtung der Händler, Amazon zu informieren, wenn Kontakt mit öffentlichen Behörden aufgenommen wird, wurde auf Hinweis des Amtes wieder fallen gelassen. Der freie Zugang aller Wirtschaftsteilnehmer zu staatlichen Behörden – nicht zuletzt zu den Wettbewerbsbehörden – ist dem Bundeskartellamt wichtig.

## **Bewertung:**

Bei einer Gesamtabwägung ist das Bundeskartellamt zu dem Schluss gekommen, dass es angesichts der von Amazon zugesicherten Verbesserungen insbesondere in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Marktplatzes nicht angemessen ist, das Missbrauchsverfahren fortzuführen. Denn die Zugeständnisse Amazons lassen den Missbrauchsvorwurf des Bundeskartellamtes in diesem Verfahren weitestgehend entfallen. Der schnelle Abschluss des Verfahrens mit den erwirkten Verbesserungen hat zudem den Vorteil, dass mit der weltweiten Änderung der Geschäftsbedingungen die Stellung der Händler im Verhältnis zu Amazon rasch gestärkt wird. Amazon hat dem Bundeskartellamt eine Information über eventuelle künftige Änderungen bei den Geschäftsbedingungen zugesagt. Damit kann das Bundeskartellamt die Zusicherungen und mögliche Änderungen kontrollieren. Sollte Amazon seine Zusicherungen – auch im Hinblick auf die verbesserten Möglichkeiten, geprüfte Produktrezensionen zu erlangen und zu veröffentlichen – nicht einhalten, kann das Amt das Missbrauchsverfahren wieder aufnehmen.

## **Zu den Rechtsgrundlagen:**

Das Bundeskartellamt hat das Missbrauchsverfahren primär auf nationale Regelungen zur Missbrauchsaufsicht gestützt, insbesondere auf die Vorschriften und die Rechtsprechung zum qualitativen Ausbeutungsmissbrauch (§ 19 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 und 3 GWB) sowie das sog. Anzapfverbot (§ 19 Abs. 2 Nr. 5 GWB). In Bezug auf einzelne Vorwürfe kam auch ein Verstoß gegen das Verbot des Behinderungsmissbrauchs (§ 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB) in Betracht. Eine Anwendung des europäischen Kartellrechts wurde ebenfalls geprüft.

Ein Ausbeutungsmissbrauch in Form der Verwendung unangemessener Geschäftsbedingungen durch ein marktbeherrschendes Unternehmen kann sich nach der Rechtsprechung des BGH (vgl. Urteil v. 06.11.2013 – KZR 61/11, *VBL-Gegenwert I*, openJur 2013, 44268; Urteil v. 07.06.2016 – KZR 6/15, *Pechstein*, openJur 2016,7218) sowie der Entscheidungspraxis des Bundeskartellamtes (vgl. Beschluss vom 06.02.2019, B6 – 22/19, *Facebook*) auch aus qualitativen Erwägungen ergeben. Dies ist der Fall, wenn die Geschäftsbedingungen sich als Ergebnis einer Interessenabwägung unter Einbeziehung der Wertungen des GWB sowie ggf. auch außerkartellrechtlicher Normen als nicht mehr interessengerecht darstellen. Ein Verstoß gegen eine außerkartellrechtliche Norm trägt ein solches Unwerturteil jedenfalls dann, wenn er zugleich kartellrechtlichen Belangen zuwiderläuft. Für das hier maßgebliche AGB-Recht ist dabei zu berücksichtigen, dass ihm auch der verfassungsrechtliche Schutzauftrag zu-

kommt, zur Wahrung der Grundrechtspositionen der beteiligten Parteien zu verhindern, dass sich für einen Vertragsteil die privat-autonome Selbstbestimmung in eine Fremdbestimmung umkehrt (vgl. BGH, Urteil vom 07.06.2016 – KZR 6/15, *Pechstein*, openJur 2016,7218, Rn. 60 ff.). Auf dieser Grundlage war nicht jede für die Händler potentiell nachteilige oder sie möglicherweise sogar stark belastende Klausel in den Geschäftsbedingungen kartellrechtlich zu beanstanden. Entscheidend war vielmehr, ob die Händler bei einer Gesamtbetrachtung durch die Verwendung der jeweiligen Geschäftsbedingung in ihrer wettbewerblichen Betätigung auf dem Markt erheblich gefährdet werden oder ihnen diese unmöglich gemacht wird, insbesondere weil sie keine Möglichkeit haben, die Erfüllung der vertraglichen Hauptpflichten durch Amazon durchzusetzen. Soweit in der Abforderung solcher Geschäftsbedingungen durch Amazon die Aufforderung zur Gewährung von Vorteilen ohne sachlich gerechtfertigten Grund gesehen werden konnte, kam zudem ein Verstoß gegen das sog. Anzapfverbot in Betracht.

Die Vorwürfe, die sich auf Kündigungen und Sperrungen, auf Nutzungsrechte und Paritätsklausel, auf Produkt- und Verkäuferbewertungen sowie auf die europäischen Versandmodelle bezogen, wurden auch unter dem Gesichtspunkt eines Behinderungsmissbrauchs geprüft. Maßgeblich war dabei die vorläufige Annahme, dass die beanstandeten Geschäftsbedingungen von Amazon als Marktplatzbetreiber möglicherweise genutzt werden könnten, um die Stellung von Amazon Retail auf den jeweiligen Einzelhandelsmärkten zu verbessern (z.B. durch die Beschränkung des Vine-Programms auf die Lieferanten von Amazon Retail). Teilweise war auch relevant, dass durch die bisherigen Regelungen die Sogwirkung hin zum Amazon-Marktplatz zu Lasten anderer Vertriebskanäle verstärkt werden könnte (z.B. durch eine aufgrund der Paritätsklausel vertriebskanalübergreifend vereinheitlichte Produktbeschreibung).

### **Zum Verfahren:**

Aufgrund der guten Vorbereitung des Verfahrens und der Kooperationsbereitschaft von Amazon konnte das Missbrauchsverfahren in knapp sieben Monaten abgeschlossen werden.

Während des Verfahrens hat sich das Bundeskartellamt intensiv mit der Europäischen Kommission ausgetauscht, die auf Basis des europäischen Kartellrechts weiterhin vor allem die Erhebung und die Nutzung von Transaktionsdaten durch Amazon untersucht. Die Kommission befasst sich dabei insbesondere mit dem Datengebrauch durch Amazon sowie dessen Auswirkungen auf die Marktplatzhändler.

Darüber hinaus hat sich das Bundeskartellamt mit zahlreichen nationalen Wettbewerbsbehörden in Europa sowie außerhalb Europas über den Verfahrensgegenstand ausgetauscht. Intensive Gespräche gab es insbesondere auch mit den Wettbewerbsbehörden in Österreich (Bundeswettbewerbsbehörde) und von Luxemburg (Conseil de la concurrence), da diese auch eigene Missbrauchsverfahren gegen Amazon geführt und ermittelt haben.

### **Zu Amazon:**

Amazon ist ein international tätiges Handels- und Dienstleistungsunternehmen mit der Obergesellschaft „Amazon.com Inc.“ und Hauptsitz in Seattle/USA. Die Konzernumsätze zeichnen sich seit vielen Jahren durch ein sehr hohes, kontinuierliches Wachstum aus und betragen im Jahr 2018 weltweit ca. 198 Mrd. €, europaweit ca. 41 Mrd. € und in Deutschland ca. 17 Mrd. €. Deutschland ist für Amazon der wichtigste Auslandsmarkt. Die deutsche Webseite Amazon.de ist die umsatzstärkste Webseite von Amazon nach der US-amerikanischen Seite amazon.com. Amazon erzielt seine Umsätze überwiegend als Händler mit dem Online-Vertrieb von Produkten (Amazon Retail). Weiter erzielt Amazon auch Service-Umsätze, nämlich mit der Erbringung von Online-Marktplatzdienstleistungen (Gebühren und Provisionen von Dritthändlern), als Anbieter von Cloud-Services im Internet (AWS = Amazon Web Services) und als Anbieter von Streaming-Diensten (subscription services).

Amazon betreibt weltweit Online-Marktplätze für allgemeine Güter, die im Wesentlichen gleich funktionieren, aber an die Bedingungen der jeweiligen Nachfrageregion angepasst sind. Die Marktplatzkäufer nutzen die Amazon-Marktplätze kostenlos. Zusätzlich können sie für eine pauschale Gebühr („Prime“) besondere Kundenservices für ihre Käufe auf dem Marktplatz (insb. kostenfreier Versand) und bessere Konditionen beim Bezug sonstiger Leistungen (z.B. Streaming von Medien) erhalten. Die Verkäufer auf dem Marktplatz zahlen für die Nutzung des Marktplatzes Verkaufsprovisionen in je nach Warenkategorie unterschiedlicher Höhe (oft 15%) und ggf. Nutzungsgebühren.

Größe des Marktplatzes amazon.de: In 2018 wurden auf amazon.de mehr als 300 Mio. verschiedene Artikel (ASIN) angeboten und ca. 1,3 Mrd. Produkte verkauft. Bezogen auf die fünf europäischen Marktplätze macht der deutsche Marktplatz 40%-50% aus, danach folgt der britische und dann die drei anderen (amazon.fr, amazon.es, amazon.it).

Kunden auf amazon.de: Von den 37 Mio. Kunden in 2018, die mindestens ein Produkt auf dem deutschen Marktplatz gekauft haben, stammen über 80% aus Deutschland und 5-10% aus Ös-

terreich. Die Waren des Marktplatzes amazon.de werden in aller Regel an inländische Adressen ausgeliefert. Mehr als 95% des Gesamthandelsvolumens auf amazon.de entfällt auf deutsche oder österreichische Kunden. Prime-Mitglieder sind zwar deutlich weniger als die Hälfte der (End-)Kunden bei amazon.de, mit ihnen werden aber deutlich mehr als die Hälfte der Umsätze auf dem Marktplatz erzielt.

Dritthändler auf amazon.de: Das Handelsvolumen auf amazon.de stammt zu 40-45% von der eigenen Retail-Sparte von Amazon und zu 55-60% von mehr als 300.000 Dritthändlern. Bezogen auf das Handelsvolumen der Dritthändler entfallen auf deutsche Händler 60-65%, auf außereuropäische Händler 20-25% und auf Händler (anderer) EU-Länder 10-15%, darunter weniger als 2% auf österreichische Händler und in noch weit geringerem Umfang auf luxemburgische Händler.

#### **Zum Markt:**

Voraussetzung für eine Verfolgung missbräuchlicher Verhaltensweisen ist, dass ein Unternehmen über eine marktbeherrschende Position verfügt oder nach deutschem Kartellrecht relativ marktmächtig ist. Aufgrund der frühzeitig erklärten Kooperationsbereitschaft von Amazon hat das Amt zu der Frage der Marktbeherrschung und Marktmacht des deutschen Marktplatzes amazon.de keine vertieften Ermittlungen und keine abschließende rechtliche Würdigung vorgenommen, so dass dieser Punkt im Ergebnis offen geblieben ist.

Für die Einleitung des Verfahrens war von Bedeutung, dass Amazon selbst (Retail) der größte Online-Händler in Deutschland ist und mit amazon.de auch den mit Abstand größten Online-Marktplatz in Deutschland betreibt. Das Amt tendiert bei der sachlichen Marktabgrenzung dahin, einen sachlich relevanten Markt für die Erbringung von Online-Marktplatzdienstleistungen anzunehmen. Die Dienstleistungen von Online-Marktplätzen bilden ein zweiseitiges Marktangebot. Online-Marktplätze bedienen sowohl die Nachfrage von Verkäufern (Händlern/Herstellern), die ihre Waren vertreiben wollen, als auch die Nachfrage von Käufern (Endkunden), die Waren suchen und kaufen wollen. Für die Online-Händler hat Amazon wegen der hohen Kundenzahl, von denen ein Teil primär oder nur über den Amazon-Marktplatz einkaufen, eine große Bedeutung als „gatekeeper“ für den Zugang zu den Kunden. Die insbesondere auch von Branchenverbänden veröffentlichten Studien sagen u.a. aus, dass ein hoher Anteil des deutschen Onlinehandels von deutlich mehr als 40% allein über den Marktplatz amazon.de abgewickelt wird.

Die für das deutsche Kartellrecht ebenfalls relevante Frage der relativen Marktmacht von Amazon bzw. die Frage einer Abhängigkeit der Händler von dem Marktplatz amazon.de konnte gleichfalls offen gelassen werden. Für eine Abhängigkeit könnte die große Bedeutung von Amazon für Online-Händler beim Kundenzugang sprechen. Bei der Abwägung dürfte aber auch der Umstand nicht außer Betracht gelassen werden, dass es kleinere Händler gibt, die nur wegen des Marktplatzangebots von amazon.de, das umfangreiche Services für Händler bereit hält, überhaupt begonnen haben, sich am Online-Handel zu beteiligen.