

Bundeswirtschaftsministerium: Das Kartellamt ist kein „Totengräber des Handels“

Hochrangiger Vertreter des BMWi verteidigt Kartellamt gegen den Vorwurf der Parteinahme auf dem Tag des Onlinehandels des BVOH in Berlin

Berlin, 12.10.14 – Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) nimmt beim Thema Wettbewerbsrecht keine andere Position als das Bundeskartellamt ein. Das betonte **Dr. Armin Jungbluth** als Vertreter des BMWi auf der Podiumsdiskussion des Bundesverband Onlinehandel e.V. in Berlin. Damit widerspricht das BMWi einer Darstellung des Branchendienstes „*markt intern*“. Das traditionell den online-kritischen Markenhersteller unterstützende Blatt hatte das Kartellamt als „*Totengräber des Handels*“ bezeichnet und eine Stellungnahme des Wirtschaftsministeriums irreführend wiedergegeben. „Wir unterstützen natürlich das Vorgehen des Kartellamts, denn es ist nicht der Totgräber des stationären Handels. Da wo Hersteller die Märkte zumachen – und das ist bei vielen Herstellern im Onlinehandel der Fall – achtet das Kartellamt darauf, dass die Märkte offenbleiben“, sagte Dr. Armin Jungbluth. In der Diskussion führte Jungbluth weiter aus: „Die Verbraucher nutzen den Online-Handel, die Verbraucher wollen den Online-Handel und es gibt halt einige Hersteller, die diesen Druck – der auch auf die Preise geht – verhindern wollen.“ Nur einer freier Handel, ein freier Wettbewerb bietet die Transparenz zum Vorteil für die Verbraucher.

Der BVOH macht sich deshalb mit seinem Kampf für einen beschränkungsfreien Handel nicht nur für die kleinen und mittelständischen Händler stark, sondern setzt sich durch seine Arbeit auch vehement für die Verbraucherinnen und Verbraucher ein. „Der Schutz des freien Handels ist aktiver Verbraucherschutz“, sagt BVOH-Präsident **Oliver Prothmann**. Auch der 1. Tag des Onlinehandels in Berlin stand ganz im Zeichen des Engagements gegen Herstellerbeschränkungen. Nicht nur in der Podiumsdiskussion mit namhaften Vertretern aus Politik und Wirtschaft wurde über Mittel und Wege diskutiert, mit den Herstellern ins Gespräch zu kommen. Vordringlichstes Ziel des BVOH ist es, für Hersteller und Händler zu einer Win-Win-Situation zu kommen. „Wir wollen keine Verlierer, wir wollen, dass alle Beteiligten mit guter Ware und gutem Service auch ein gutes Einkommen haben. Das sind die Mechanismen des Handels seit tausenden von Jahren und sie müssen auch für den Onlinehandel gelten“, sagt **Oliver Prothmann**. In verschiedenen gut besuchten Workshops wurden in Berlin Lösungswege und Vorgehensweisen im Hinblick auf einen beschränkungsfreien Handel diskutiert. Darüberhinaus gab es für die vielen Onlinehändler Seminare und Schulungen, wie sie gerade in der Vorweihnachtszeit ihr Geschäft noch optimieren können. „Der Tag des Onlinehandels war in jeder Beziehung ein Erfolg. Er hat die gesamte Bandbreite des BVOH von der Interessenvertretung bis hin zur Informationsdrehscheibe für den Handel wiedergespiegelt. Ich bin mit diesem Ergebnis sehr zufrieden“, sagt **Oliver Prothmann**.

Fairer Wettbewerb - BMWi macht keinen Unterschied zwischen den Vertriebskanälen Online und Stationär

Das Wirtschaftsministerium schaltet sich weder in irgendeinen Streit ein noch „erlaubt“ es eine nach dem EU-weit geltenden Kartellrecht ohnehin zulässige Maßnahme, so die offizielle Haltung des BMWi. Hintergrund: Sowohl BMWi als auch Kartellamt wollen einen fairen Wettbewerb, der keinen Unterschied zwischen den Vertriebskanälen Online und Stationär mache, sagte der Vertreter des Ministeriums. Das Kartellamt suche sich auch keine Fälle heraus, um irgendeine Handelsform zu begünstigen, sondern reagiere aufgrund der Beschwerden zahlreicher Händler. „Schon heute gibt es zahlreiche stationäre Händler, die zusätzlich über viele weitere Kanäle verkaufen, etwa online oder mobil, und damit die Existenz ihres Ladengeschäftes sichern. Diese sollten von den Marken unterstützt werden. Ihnen gehört die Zukunft“, sagt **Oliver Prothmann**.

Serie von Entscheidungen gegen Beschränkungen durch das Bundeskartellamt und deutsche Gerichte zeigt rechtswidriges Verhalten der Hersteller

Die Front gegen die sog. selektiven Vertriebswege im Online-Handel wird immer breiter. In den letzten Monaten hatten neben dem Bundeskartellamt auch das Kammergericht Berlin, das Oberlandesgericht Düsseldorf und Schleswig sowie in zwei Fällen das Landgericht Frankfurt/Main gegen Beschränkungen des Onlinehandels entschieden. Unlängst hatte auch der Bundesgerichtshof in Karlsruhe (BGH) die Klage eines Herstellers abgewiesen. Ein wichtiges Signal.

Der BVOH kann das Kämpfen gegen Windmühlenflügel der Hersteller nicht nachvollziehen. Die Zukunft des Handels ist Multi- bzw. Omni-Channel", sagt **Oliver Prothmann**. Nicht nur nach Auffassung des BVOH entscheiden weder das Kartellamt noch die Hersteller, wie, wann und wo der Verbraucher einkauft. Vielmehr ist es der mündige Bürger, der Verbraucher, der es selbst entscheidet. Und zwar immer deutlicher mit der Suche und dem Kauf im Internet und über mobile Geräte.

Das Bundeskartellamt in Bonn hatte in den letzten Jahren mehrfach deutlich gemacht, keine wettbewerbswidrigen Diskriminierungen des Onlinehandels durch Hersteller zu dulden. Zu diesen unzulässigen Beeinträchtigungen zählt das Kartellamt regelmäßig auch Doppelpreissysteme, bei denen ein Hersteller Onlinehändler schlechter als stationäre Händler stellt.

Beschränkungen – Worum geht es?

2012 lag der Umsatz aller online gehandelten Produkte und Dienstleistungen in Europa bei 311,6 Milliarden Euro. Schätzungen zufolge entstanden durch den Online-Handel in Europa bis zu zwei Millionen Arbeitsplätze.¹ Einseitige Verkaufsverbote durch einzelne Hersteller bedrohen diesen Erfolg, indem sie Händler von ihrem oft wichtigsten Verkaufskanal abschneiden und ihnen damit die Möglichkeit nehmen, preisgünstige und beliebte Online-Plattformen in einem wettbewerbsorientierten Markt zum Vorteil der Kunden zu nutzen. Verbrauchern nimmt man so den Zugang zu transparenten Preisen und der zusätzlichen Auswahl, von der sie im Online-Handel profitieren.

Über den BVOH

Der Bundesverband Onlinehandel e.V. (BVOH) versteht sich seit 2006 als Interessenvertreter der Unternehmerinnen und Unternehmer, wie auch der Verbraucherinnen und Verbraucher im Online-Handel. Ein weiteres wichtiges Ziel des BVOH ist die Steigerung der Akzeptanz und der Sicherheit im Online-Handel durch Einführung einheitlicher Standards.

Choice in eCommerce ist eine im April 2013 von Oliver Prothmann gegründete Initiative von Online-Händlern und eine Projekt des BVOH. BVOH-Präsident Prothmann, eCommerce-Berater und Spezialist für Strategiefindung komplexer Onlinehandels-Konzepte z.B. für Verbundgruppen, ist seit Jahren eng mit der Online-Handels-Community verknüpft und ist Experte für Handel auf Online-Marktplätzen. Seit zwei Jahren beobachten Prothmann und viele Mitglieder der Händler-Community mit wachsender Sorge die negativen Auswirkungen von Plattformverboten, die besonders kleine und mittelgroße Verkäufer treffen.

Der BVOH ist die starke Stimme der am Internethandel Beteiligten: Verbraucher, Unternehmer, Zulieferer, Ausrüster, Plattformen und Onlinemarktplätze.

Pressekontakt

Christoph Blase
Bundesverband Onlinehandel e.V. (BVOH) c/o. Publiplikator GmbH
Königstr. 3 | 14163 Berlin
Telefon 030-200 898-31 | Telefax 030-200 898-99 | Mobil 0151-1165 3994

eMail presse@bvoh.de

¹ Ecommerce Europe Report 2013