

# Onlinehändler im Visier

## E-Commerce-Unternehmen stehen im Fokus der Brüsseler Kartellbehörde – Sektoruntersuchung angekündigt

Von Dr. Sebastian Jungermann und Dr. Jens Steger

Anlässlich einer Kartellrechtskonferenz in Berlin hat EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager Ende März 2015 angekündigt, der Kommission in Kürze die Einleitung einer Sektoruntersuchung im Bereich E-Commerce vorzuschlagen. Es gebe Hinweise, dass der Wettbewerb in diesem Sektor nicht richtig funktioniere. Dies betreffe insbesondere den zwischenstaatlichen E-Commerce-Handel. Mehr als die Hälfte aller Verbraucher in der Europäischen Union hätten im vergangenen Jahr das Internet für den Erwerb von Produkten und Dienstleistungen verwendet, wobei lediglich 15% der Fälle Onlinekäufe betroffen hätten, in denen der Käufer in einem anderen EU-Mitgliedstaat gekauft habe.

Die Ermittlungsabsichten der Kommission verwundern nicht. Bereits mit Antritt seines Amtes als Präsident der Europäischen Kommission hat Jean-Claude Juncker im November 2014 einen funktionierenden digitalen Binnenmarkt als eine seiner wichtigsten Prioritäten angekündigt. Es dürfte deshalb in der Natur der Sache liegen, diese Märkte im Detail zu untersuchen, denn digitale Märkte enden nicht an Landesgrenzen. Sie sind praktisch grenzenlos und überdies aus dem täglichen Wirtschaftsleben nicht mehr wegzudenken. Onlineverkäufe innerhalb der Europäischen Union beliefen sich im Jahr 2014 bereits auf circa 155 Milliarden Euro, mit einer stark steigenden Tendenz.



EU setzt auf freien digitalen Binnenmarkt: Kein Geo-Blocking z.B. durch Nutzung von Kreditkartendaten.

### Gefährdung des Binnenmarkts durch „Geo-Blocking“

Die Schaffung und Erhaltung eines gemeinsamen Binnenmarkts ist eines der Hauptziele der Europäischen Union. Der Binnenmarkt steht für eine Warenverkehrs-, Kapital-, Dienstleistungs- und Niederlassungsfreiheit zwischen den 28 Mitgliedstaaten. Er gerät in Gefahr, wenn Unternehmen beispielsweise Techniken wie die des „Geo-Blockings“ verwenden, um vorhandenen Wettbewerb einzuschränken. Beim Geo-Blocking wird der einzelne E-Commerce-Kunde aufgrund seiner geographischen Herkunft identifiziert, zum Beispiel durch die Nutzung von Kreditkartendaten oder der eigentlichen Herkunftsadresse, die er beim Kauf angibt, sowie der IP-

Adresse des von ihm verwendeten Internetanschlusses. Durch die Nutzung von Geoinformationen sind Unternehmen dazu imstande, bestimmte Anfragen zu kanalisieren, was dazu führen kann, bestimmte Kaufkanäle für einen zuvor identifizierten Kunden zu blockieren. Ein typisches Beispiel hierfür wäre die Anfrage eines in Deutschland ansässigen Kunden, der sich für ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung interessiert und dann vom Unternehmen in einen bestimmten Geschäftskanal umgeleitet wird, der nur Kunden aus Deutschland offensteht. Kunden des Unternehmens aus anderen EU-Mitgliedstaaten werden ebenfalls in jeweils andere exklusive Kanäle umgeleitet. Dies führt praktisch dazu, dass Unternehmen nationale Preislevel bestimmen, die in jedem Mitgliedstaat anders gestaltet sein können.

### Handlungsoption der Kommission: Sektoruntersuchung

Sobald die Europäische Kommission den Eindruck gewinnt, dass der Wettbewerb in einem Sektor „möglicherweise eingeschränkt oder verfälscht ist“ und nicht so funktioniert, wie er sollte, kann sie gemäß Artikel 17 der Verordnung 1/2003 eine Sektoruntersuchung einleiten (das Bundeskartellamt hat diese Befugnis für nationale Sachverhalte gemäß § 32e GWB). Im Laufe der Untersuchung sammelt die Kartellbehörde das ihrer Meinung nach notwendige Datenmaterial ein und wertet es ►

aus, um die betroffenen Märkte besser zu verstehen und mögliche Wettbewerbsverstöße identifizieren zu können. Am 25.03.2015, einen Tag vor der Ankündigung durch die Wettbewerbskommissarin, hat die Kommission zudem bestätigt, wegen des Verdachts kartellrechtswidrigen Verhaltens bereits Durchsuchungen bei Unternehmen durchgeführt zu haben, die sich mit dem Onlinevertrieb von elektronischen Artikeln beschäftigen. Die Behörde hat bestätigt, dass Unternehmen von Durchsuchungen betroffen waren, die im Bereich des Onlineverkaufs von Unterhaltungselektronik tätig sind. Die Durchsuchungen stehen im Zusammenhang mit früheren Durchsuchungen der Kommission, die sie bereits im Dezember 2013 durchgeführt hat und die ebenfalls die Branche der Unterhaltungselektronik betraf. Damals bestätigten Royal Philips und Samsung, von den Durchsuchungen betroffen gewesen zu sein, wobei auch viele weitere Unternehmen betroffen gewesen sein sollen.

Im Rahmen einer Sektoruntersuchung kann die Kommission nahezu alle der ihr zur Verfügung stehenden Ermittlungsbefugnisse nutzen. In der Vergangenheit wurden Sektoruntersuchungen häufig durch unangekündigte Durchsuchungen bei den betroffenen Unternehmen eingeleitet. Eine Sektoruntersuchung der Europäischen Kommission kann jedoch nicht unmittelbar zu konkreten Rechtsakten gegen Unternehmen führen, da diese Untersuchung stets mit einem behördlichen Abschlussbericht beendet wird. Bereits etwa zur Halbzeit werden meist auch Zwischenberichte veröffentlicht. Allerdings führen die durch eine Sektoruntersuchung gewonnenen Erkenntnisse üblicherweise zu konkreten weiteren Maßnahmen der Kommission, wie zum Beispiel der Einleitung eines formellen Ermittlungsverfah-

rens gegen einzelne Unternehmen wegen des Verstoßes gegen das Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung gemäß Art. 102 AEUV (Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union) und/oder des Verstoßes gegen das Kartellverbot gemäß Art. 101 AEUV. In der Vergangenheit hat die Kommission bereits zahlreiche Sektoruntersuchungen durchgeführt, beispielsweise in den Bereichen Finanzdienstleistungen, Energie und zuletzt im Pharmabereich. Nach dem Abschluss der Untersuchungen und auch bereits während dieser hat die Behörde Entscheidungen wegen der Verletzung von Art. 101 und 102 AEUV gegen beteiligte Unternehmen mit teils sehr hohen Bußgeldern erlassen.

### Zeitlicher Rahmen

In der neuen E-Commerce-Sektoruntersuchung werden vorläufige Ergebnisse sicher nicht vor Mitte 2016 zu erwarten sein, wobei die zeitliche Abfolge unmittelbar mit dem konkreten Umfang der Sektoruntersuchung zusammenhängt. Es muss davon ausgegangen werden, dass die Kommission zunächst Fragebögen an betroffene Unternehmen und EU-Mitgliedstaaten versendet. Die Wettbewerbskommissarin hat zudem bestätigt, dass nicht nur amerikanische Unternehmen von der Untersuchung betroffen sein sollen. Unternehmen aus den USA zählen aber auch in der Europäischen Union zu den bedeutenden E-Commerce-Anbietern.

### Praxishinweis

Unternehmen, die E-Commerce-Aktivitäten ausüben, müssen die Aktivitäten der Europäischen Kommission im Auge behalten. Üblicherweise beginnen Sektoruntersuchungen mit zahlreichen unangekündigten Überprüfun-

gen bei verschiedensten Hauptverwaltungen und auch Niederlassungen zuvor identifizierter Unternehmen. Vor Ort verschafft sich die Behörde dann das notwendige interne Datenmaterial des Unternehmens. Häufig ist der Aufwand für die betroffenen Unternehmen sehr hoch, da es in der Regel zu vielen und umfangreichen Nachfragen in Verbindung mit sehr knapp bemessenen Fristen kommt. Unternehmen sind gut beraten, ihre Onlineaktivitäten im Hinblick auf mögliche Verstöße gegen das EU-Kartellrecht zu überprüfen. Darüber hinaus sollten Unternehmen ihre Leitfäden für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den Fall eines unangekündigten behördlichen Besuchs überprüfen und ggf. an die neuesten Entwicklungen anpassen. Falls die Sektoruntersuchung einen Verstoß gegen das EU-Kartellrecht zu Tage fördert, kann die Europäische Kommission oder die jeweilige Kartellbehörde des betroffenen EU-Mitgliedsstaates die bei der Sektoruntersuchung der Kommission gewonnenen Erkenntnisse und Beweise oder Dokumente verwenden, um etwaige Kartellrechtsverletzungen abzustellen und gegebenenfalls zu bebußen. ◀



**Dr. Sebastian Jungermann,**  
Rechtsanwalt, Partner, Kaye Scholer LLP,  
Frankfurt am Main

sebastian.jungermann@kayescholer.com  
www.kayescholer.com



**Dr. Jens Steger,**  
Rechtsanwalt, Kaye Scholer LLP,  
Frankfurt am Main

jens.steger@kayescholer.com  
www.kayescholer.com