

Autor: Tages-Anzeiger / Angela Barandun
Unternehmen

Luxusfirmen gegen Ebay – es steht 1:0

Demnächst wird entschieden, ob Händler künftig teure Markenprodukte über Ebay verramschen dürfen. Für die Luxusfirmen lobbyiert Karl Lagerfeld – Ebay versucht mit einer Petition.

Es ist ein Kampf, bei dem es für beide Seiten um viel geht. Auf der einen Seite steht die Luxusgüterindustrie, der das Internet ein Dorn im Auge ist: Es zerstört die Preise, das Image und bringt Fälschungen in Umlauf. Auf der anderen Seite stehen Internetplattformen wie Amazon und Ebay, die mit markenbewussten Schnäppchenjägern ihr Geld verdienen. Nicht selten treffen die Fronten in Gerichtssälen aufeinander.

Im Moment wird die Auseinandersetzung besonders intensiv geführt. Der Grund: In der EU steht die Revision eines wichtigen Teilbereichs des Wettbewerbsrechts bevor. Dabei geht es um die Frage, welche Auflagen Markenhersteller ihren Händlern in sogenannten Vertriebsverträgen machen dürfen. Diskutiert wird insbesondere, ob sie ihnen verbieten können, ihre Produkte übers Internet zu verkaufen. Für die Schweiz ist diese Revision relevant, weil sie ihr Wettbewerbsrecht nach Möglichkeit mit dem europäischen harmonisiert. Gibt es eine Änderung in der EU, geht auch die Schweiz über die Bücher.

Gehobenes Verkaufsumgebung

Im Moment ist es so: Wenn eine Luxusfirma nicht will, dass ein Händler ihr Produkt im Internet verkauft, hat Letzterer keine Chance. Diese Haltung wurde soeben bestätigt: Das Oberlandesgericht München entschied, dass der Sportartikelhersteller Amer einem Händler den Verkauf via Ebay verbieten darf. Zu Amer gehört die Tennismarke Wilson, bei der Roger Federer unter Vertrag steht. Für private Verkäufer gilt das übrigens nicht.

Auch sonst verfügen Markenhersteller über ein hohes Mass an Kontrolle, was den Verkauf ihrer Produkte angeht. In Vertriebsverträgen machen sie Händlern Auflagen, was diese anbieten dürfen oder wie sie ihre Produkte präsentieren müssen. «Vertrags- und wettbewerbsrechtlich ist das zulässig», sagt Robert Briner von der Zürcher Anwaltskanzlei CMS von Erlach Henrici. Und zwar in der EU wie in der Schweiz. «Die wirtschaftliche Freiheit des Händlers wird zwar eingeschränkt, aber solange der Markenhersteller dafür eine Rechtfertigung parat hat, ist das möglich», erklärt der Experte für Markenrecht. «Gründe können etwa sein, dass er die Qualität seines Produktes und dessen Image unter Kontrolle haben will.»

Kein Luxus in schmutzigen Läden

Konkret: Luxusfirmen wollen unter allen Umständen verhindern, dass ihr Produkt in schmutzigen Läden verkauft wird, um ihr Markenimage nicht zu gefährden. Schliesslich investieren sie viel Geld in ein gehobenes Verkaufsumgebung, um diesen Nimbus zu erhalten. Und das gilt im übertragenen Sinn eben auch im Internet.

Mit der geplanten Revision des Wettbewerbsrechts ist diese Regelung in Frage gestellt. Für die Luxusfirmen wäre das eine Katastrophe. Darum legte sich jüngst sogar Karl Lagerfeld in Zeug: Der Modezar reiste im Februar extra nach Brüssel, um die EU-Wettbewerbskommissarin Neelie Kroes davon

zu überzeugen, dass seine Chanel-Kreationen nichts auf Internetplattformen wie Ebay zu suchen haben.

Ebay greift an – mit einer Petition

Ebay reagiert darauf mit einer Petition: Das Auktionshaus hat sämtliche Kunden in Europa dazu aufgerufen, gegen die «unfairen Beschränkungen des Internethandels durch einige Markenhersteller» zu protestieren. Wie die Unterschriftensammlung angelaufen ist, konnte Ebay-Sprecherin Clelia Morales nicht sagen. Aber: «Wir gehen davon aus, dass eine zufriedenstellende Zahl zusammenkommen wird.» Im Moment sieht es für Ebay nicht gerade gut aus: In einem ersten Entwurf der neuen Regeln bleibt für Internethändler alles beim Alten. «Inhaltlich ändert sich im Wesentlichen nichts», bestätigt Patrick Krauskopf, Rechtsanwalt in Zürich und früherer Vizedirektor der Schweizer Wettbewerbsbehörde.

Lagerfelds Besuch hat offenbar gefruchtet. Luxusfirmen können ihren Händlern wohl weiterhin verbieten, ihre Waren über Ebay oder Amazon zu verramschen. Die Luxusgüterindustrie hätte damit eigentlich Grund zu feiern. Von den Schweizer Vertretern der Branche bekam der TA aber keine Kommentare: Sie machen Ferien – oder geben prinzipiell keine Auskunft.