

Your World First

C/M/S/

Law.Tax

Vertriebskartellrecht in CEE

Vergleichsanalyse des CMS CEE German Desk

November 2015

Inhalt

I. Einleitung	3
II. Länder außerhalb der EU	4
1. Ähnlichkeit mit EU-Kartellrecht	4
2. Kernbeschränkungen – „Schwarze Klauseln“	4
3. Vereinbarungen, die eine Wettbewerbsbeschränkung ^s bewirken können	5
4. Gruppenfreistellungen	5
5. Gruppenfreistellung für vertikale Vertriebsbindungen	6
6. Einzelfreistellung	7
7. Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung	7
8. Bußgeld	8
III. Spezialthemen (EU-Länder und Nicht-EU-Länder)	9
9. Preisvereinbarungen	9
10. Eintrittsgebühren	10
11. Marktbeherrschende Unternehmen und Unternehmen mit marktstarker Stellung	11
12. Besondere Regelungen für marktbeherrschende und marktstarke Unternehmen auf dem Gebiet des Einzel- und Lebensmitteleinzelhandels	13
Ihr direkter deutschsprachiger Kontakt zu CMS	14

I. Einleitung

Diese Vergleichsstudie der auf Vertriebsverträge anwendbaren Wettbewerbsordnungen in Mittel- und Osteuropa besteht aus zwei Teilen. Der erste Teil bezieht sich ausschließlich auf Nicht-EU-Länder. Untersucht wurde, inwieweit die nationalen Regelungen mit EU-Wettbewerbsrecht vergleichbar sind. Der zweite Teil betrifft EU-Länder und Nicht-EU-Länder gleichermaßen. Er behandelt aktuelle Themen hinsichtlich Preisvereinbarungen, Eintrittsgebühren und Fragen zu marktbeherrschenden Unternehmen sowie Unternehmen mit marktstarker Stellung, insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel.

Folgende Länder werden von dieser Studie umfasst:

Nicht EU-Länder:

- Albanien
- Bosnien und Herzegowina
- Russland
- Serbien
- Türkei
- Ukraine

EU-Länder:

- Bulgarien
- Kroatien
- Polen
- Rumänien
- Slowakei
- Slowenien
- Tschechische Republik
- Ungarn

Die Studie soll einen Überblick über Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den einzelnen Ländern verschaffen. Sie ersetzt jedoch nicht die Analyse im Einzelfall.

II. Länder außerhalb der EU

1. Ähnlichkeit mit EU-Kartellrecht

Albanien, Bosnien und Herzegowina, Serbien und Türkei:

Soweit die nationalen Kartellgesetze nicht bereits auf Basis des EU-Kartellrechts entwickelt wurden, werden nun, im Zuge der Antragsverfahren auf EU-Mitgliedschaft, die Regelungen des EU-Kartellrechts bereits ganz oder teilweise in nationales Recht implementiert. Die nationale Rechtsprechung in Bosnien und Herzegowina und Serbien lehnt sich zudem bereits an EU-Recht an.

Russland, Ukraine:

Die nationalen Regelungen zum Kartellrecht sind in diesen Ländern eigenständig und lehnen sich bislang nicht bewusst an EU-Recht an.

2. Kernbeschränkungen – „Schwarze Klauseln“

Sog. „Hardcore“-Beschränkungen (schwarze Klauseln) bezwecken¹ eine Wettbewerbsbeschränkung und sind daher grundsätzlich unzulässig. Mit Ausnahme von

Russland sind solche Vereinbarungen jedoch nicht per se verboten sondern können im Einzelfall freigestellt sein. Die Freistellungspraxis ist allerdings unterschiedlich.

Folgende Vereinbarungen bezwecken nach dem innerstaatlichen Kartellrecht eine Wettbewerbsbeschränkung und sind daher unzulässig²:

Staat	Fixpreisbindung	Mindestpreisbindung ³	Gebietsbeschränkung	Kundenbeschränkung	Verbot der gegenseitigen Belieferung zwischen den Mitgliedern eines selektiven Vertriebssystems	Verbot des passiven Verkaufs
Albanien	✓	✓	✓	✓	✓	X
Bosnien und Herzegowina	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Russland	✓	✓	✓	✓	X ⁴	X
Serbien	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Türkei	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ukraine	✓	✓	✓	✓	X	X

¹ Eine Vereinbarung „bezweckt“ eine Wettbewerbsbeschränkung, wenn sie allein auf die Beeinflussung des Wettbewerbsverhaltens der Beteiligten gerichtet ist, bzw. wenn sie objektiv geeignet ist, eine Beeinträchtigung des Wettbewerbs herbeizuführen. Für die Feststellung der Unzulässigkeit einer solchen Vereinbarung ist eine Prüfung der tatsächlichen Wettbewerbseffekten nicht erforderlich.

² Sofern in Kommentaren zu einzelnen Rechtsordnungen nicht anders beschrieben, entsprechen die auf die gelisteten schwarzen Klauseln und Ausnahmen anwendbaren Regeln maßgeblich der Verordnung Nr. 330/2010 der Kommission.

³ Für die Behandlung von Preisobergrenzen siehe Teil 9.

⁴ Selektiver Vertrieb ist nicht als solcher im russischen Kartellrecht geregelt. Solche Vertriebssysteme können trotzdem gegen die allgemeinen Verbote des russischen Kartellrechts verstoßen, obwohl die gegenseitigen Belieferung zwischen den Mitgliedern eines Vertriebssystems nicht per se verboten ist.

3. Vereinbarungen, die eine Wettbewerbsbeschränkung bewirken⁵ können

Die häufigsten Beispiele von Vereinbarungen mit wettbewerbsbeschränkender Wirkung sind die folgenden⁶:

Staat	Alleinbezugsverpflichtung	Mengenvorgabe	Englische Klauseln ⁷	Wettbewerbsverbote	Alleinbelieferungsverpflichtung	Alleinvertrieb	Kundenbeschränkung	Selektiver Vertrieb	Kopplungsbindung	Franchise	Exportbeschränkung
Albanien	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	X	X
Bosnien und Herzegowina	X	✓	✓	✓	X	X	✓	X	✓	X	✓
Russland	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓
Serbien	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Türkei	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ukraine	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

⁵ Eine Vereinbarung, die eine Wettbewerbsbeschränkung nicht bezweckt, jedoch aufgrund der tatsächlichen oder potentiellen Auswirkungen auf den Wettbewerb eine Wettbewerbsbeschränkung herbeiführt nennt man als die Vereinbarung, die eine Wettbewerbsbeschränkung „bewirkt“. Für die Feststellung der Unzulässigkeit einer solchen Vereinbarung ist die Prüfung der Wettbewerbseffekten erforderlich.

⁶ Sofern in Kommentaren zu einzelnen Rechtsordnungen nicht anders beschrieben, entsprechen die auf die genannten Vereinbarungen mit wettbewerbsbeschränkender Wirkung anwendbaren Regeln maßgeblich den Leitlinien für vertikale Beschränkungen der Kommission (2010/C 130/01).

⁷ Im Wege einer sog. „englischen Klausel“ verpflichtet der Verkäufer den Abnehmer, ein günstigeres Angebot eines Dritten dem Verkäufer zu melden und darauf nur einzugehen, wenn der Verkäufer nicht in das günstigere Angebot des Dritten eintritt.

4. Gruppenfreistellungen

Abhängig von der entsprechenden Rechtsordnung, kann es für folgende Vereinbarungen besondere Regeln geben die vorschreiben, unter welchen Bedingungen die Vereinbarungen mit den Regeln des Wettbewerbsrechts vereinbar sind, ohne von der jeweiligen Kartellbehörde genehmigt werden zu müssen (sogenannte Gruppenfreistellung):

Staat	Forschung und Entwicklung	Spezialisierungsvereinbarungen	Technologie-Transfer-Vereinbarungen	Versicherungswirtschaft	Vertikale Vertriebsbindungen ⁸	Vertikale Vereinbarungen im Kraftfahrzeugsektor	Sonstige
Albanien	✓	✓	✓	X	✓	X	
Bosnien und Herzegowina	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Russland	✓	X	X	✓	✓	X	Vereinbarungen zwischen Kreditinstituten und Versicherungen
Serbien	✓	✓	X	X	✓	X	
Türkei	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Ukraine	✓	✓	✓	X	✓	X	

⁸ Für die Behandlung der Voraussetzungen für die Gruppenfreistellung von vertikalen Vereinbarungen siehe Teil 5.

5. Gruppenfreistellung für vertikale Vertriebsbindungen

Staat	Voraussetzungen	Dauer der Gruppenfreistellung
Albanien	<ul style="list-style-type: none"> – Marktanteil jeder Vertragspartei am relevanten Verkaufs- bzw. Einkaufsmarkt jeweils nicht höher als 30 % – Vereinbarung enthält keine schwarze Klauseln 	Grundsätzlich keine Beschränkung der Dauer solange die Bedingungen für Gruppenfreistellung erfüllt sind.
Bosnien und Herzegowina	Marktanteil des Lieferanten am relevanten Verkaufsmarkt nicht höher als 30 %	Grundsätzlich keine Beschränkung der Dauer, aber: <ul style="list-style-type: none"> – wenn der Marktanteil der Unternehmen im Zeitpunkt des Abschlusses der Vereinbarung nicht höher als 30 % war, dieser aber später bis zu 35 % steigt, ist die Gruppenfreistellung für zwei einander folgende Kalenderjahre (ab Überschreitung der 30 % Grenze) anwendbar; – wenn der Marktanteil der Unternehmen im Zeitpunkt des Abschlusses der Vereinbarung nicht höher als 30 % war, dieser aber später auf über 35 % steigt, ist die Gruppenfreistellung für ein Kalenderjahr (ab Überschreitung der 35 % Grenze) anwendbar.
Russland	<ul style="list-style-type: none"> – Marktanteil jeder Vertragspartei am relevanten Verkaufs- bzw. Einkaufsmarkt jeweils nicht höher als 20 % – Franchisevereinbarungen liegen außerhalb des Anwendungsbereichs des Russischen Kartellgesetzes und werden daher gewöhnlich nicht als Beschränkung des Wettbewerbs betrachtet. 	Grundsätzlich keine Beschränkung der Dauer solange die Bedingungen für Gruppenfreistellung erfüllt sind.
Serbien	<ul style="list-style-type: none"> – Marktanteil jeder Vertragspartei am relevanten Verkaufs- bzw. Einkaufsmarkt jeweils nicht höher als 25 % ; – Vereinbarung enthält keine schwarze Klauseln; und – es gibt keine nachteilige Bündelwirkung der gleichartigen Verträgen. 	Für unbestimmte Zeit, soweit die Voraussetzungen für Gruppenfreistellung erfüllt sind.
Türkei	– Marktanteil des Lieferanten am relevanten Markt nicht höher als 40 %	Freistellung kann für unbestimmte oder bestimmte Zeit erfolgen.
Ukraine	Abhängigkeit von Marktanteilen nicht gesetzlich definiert, aber in der Praxis relevant: <ul style="list-style-type: none"> – Der Gesamtmarktanteil der Vertragsparteien im relevanten Markt beträgt weniger als 20 % und (kumulative Bedingungen) – Der weltweite Gesamtumsatz oder der Gesamtwert der Vermögenswerte der Unternehmensgruppen der Vertragsparteien im vorangegangenen Haushaltsjahr betrug höchstens EUR 12 Mio.; – Der weltweite Gesamtumsatz oder der Gesamtwert der Vermögenswerte mindestens zweier der zur Unternehmensgruppen der Vertragsparteien im vorangegangenen Haushaltsjahr betrug höchstens EUR 1 Mio.; und – Der Gesamtumsatz oder der Gesamtwert der Vermögenswerte mindestens eines der Unternehmen in der Unternehmen in der Unternehmensgruppe der Vertragsparteien in der Ukraine im vorangegangenen Haushaltsjahr betrug höchstens EUR 1 Mio. 	Liegt der Marktanteil zunächst unter der Schwelle von 5 bzw. 20 % und überschreitet er diese in der Folge, aber liegt unter der Schwelle von 10 bzw. 25 %, bleibt die Freistellung für zwei weitere Jahre, die auf das Jahr folgen, in dem die Schwelle zum ersten Mal überschritten wurde, aufrecht. Liegt der Marktanteil zunächst unter der Schwelle von 5 bzw. 20 % und überschreitet er die Schwelle von 10 bzw. 25 % in der Folge, bleibt die Freistellung für ein weiteres Jahr, das auf das Jahr folgt, in dem die Schwelle zum ersten Mal überschritten wurde, aufrecht.

6. Einzelfreistellung

Falls auf eine bestimmte Vereinbarung keine Gruppenfreistellung anwendbar ist, muss die Vereinbarung, anders als auf EU Ebene und in den Mitgliedsstaaten, für eine obligatorische vorherige Genehmigung eingereicht werden:

Staat	Wann muss der Antrag auf Einzelfreistellung eingereicht werden?	Innerhalb welcher Frist ab Antragseinreichung muss die zuständige Kartellbehörde die Entscheidung über die Einzelfreistellung treffen?	Wie lange dauert die Einzelfreistellung?
Albanien	Vor dem Vertragsabschluss oder innerhalb von 30 Tagen nach dem Vertragsabschluss	60 Tage nach der Einreichung eines vollständigen Antrags	Von Fall zu Fall unterschiedlich
Bosnien und Herzegowina	Es gibt keine gesetzliche Frist	Drei Monate ab Erlass der Entscheidung über die Verfahrenseinleitung	Maximal fünf Jahre; kann auf Antrag der Parteien für weitere fünf Jahre verlängert werden
Russland	Vor dem Vertragsabschluss	30 Tage	Nicht definiert
Serbien	Vor dem Vertragsabschluss oder nach dem Vertragsabschluss, soweit das Inkrafttreten des Vertrags durch die Einzelfreistellung des Vertrags bedingt ist.	60 Tage nach der Einreichung eines vollständigen Antrags	Bis zu acht Jahre
Türkei	Bevor die Vereinbarung in Kraft tritt	Keine gesetzliche Frist	Freistellung für unbestimmte Zeit (Zeitraumen nicht gesetzlich festgelegt)
Ukraine	Bevor die Vereinbarung in Kraft tritt	15 Kalendertage für Annahme des Antrags (Prüfung der Vollständigkeit des Antrags) und drei Monate für Behandlung des Antrags und Entscheidung	Entweder auf bestimmte Zeit oder auf bestimmte Zeit freigestellt, in der Regel nicht länger als fünf Jahre

7. Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung

In allen Ländern (Ausnahme: Albanien) werden Vereinbarungen eines marktbeherrschenden Unternehmens⁹ die wettbewerbsbeschränkend wirken, vom nationalen Kartellverbot nur sehr selten freigestellt.

Folgende beispielsweise gewählte Geschäftsbedingungen marktbeherrschender Unternehmen sind grundsätzlich verboten¹⁰:

Staat	Mengenrabatte	Mengenrabatte mit langen Referenzzeiträumen (z. B. länger als drei bis vier Monate)	Mengenrabatte, welche sich auf während der vergangenen Referenzzeiträume bezogene Mengen beziehen („Growth rebates“)	Funktionsrabatte (d. h. Rabatte, welche für das Erzielen eines besonderen Qualitätsniveaus einer Leistung oder für die Erbringung einer zusätzlichen Leistung, z. B. „after sales“ Leistungen, gewährt werden)
Albanien	✓	✓	X	X
Bosnien und Herzegowina	✓	✓	✓	✓
Russland¹¹	X ¹²	X ¹³	X ¹⁴	X ¹⁵
Serbien	X	✓	✓	X
Türkei	✓	X	X	X
Ukraine	X ¹⁶	X ¹⁷	X ¹⁸	X ¹⁹

⁹ Für die Definition eines marktbeherrschenden Unternehmens siehe Teil 11.

¹⁰ Nichtsdestotrotz dürfen marktbeherrschende Unternehmen generell von zukünftigen (aber nicht von vergangenen) Einkäufen abhängige lineare Rabatte anbieten.

¹¹ Obwohl Mengenrabatte nicht verboten sind, können diese trotzdem gegen Russisches Kartellrecht verstoßen, wenn sie in diskriminierender sind oder zu Ausschließlichkeit führen.

¹²⁻¹⁹ Kein grundsätzliches Verbot, Einzelfallbetrachtung.



8. Bußgeld

Staat	Höhe der Geldbuße (abhängig vom jeweiligen Vergehen)	Verjährungsfristen
Albanien	Von 2 % bis 10 % des im vorausgegangenen Geschäftsjahr erzielten Umsatzes	Keine speziellen Verjährungsfristen
Bosnien und Herzegowina	Bis zu 10 % des im vorausgegangenen Geschäftsjahr erzielten Umsatzes	Fünf Jahre ab Rechtsverletzung oder Beendigung der Rechtsverletzung bei Geldbußen bis zu 10 % des im vorausgegangenen Geschäftsjahr erzielten Gesamtumsatzes Drei Jahre ab Rechtsverletzung oder Beendigung der Rechtsverletzung bei sonstigen Geldbußen
Russland	<ul style="list-style-type: none"> – Abhängig von Verstoß und Marktanteil: – fester Betrag (bis zu RUB 1 Mio.) – Betrag abhängig von Umsatz (bis zu 15 % des Umsatzes im betroffenen Markt) 	Drei Jahre ab Rechtsverletzung oder Beendigung der Rechtsverletzung (bei andauernder Verletzung)
Serbien	– Bis zu 10 % des im Geschäftsjahr vor dem Jahr der Verfahrenseinleitung erzielten Umsatzes der Unternehmensgruppe in Serbien.	Fünf Jahre ab Rechtsverletzung oder Beendigung der Rechtsverletzung (bei andauernder Verletzung)
Türkei	– Bis zu 10 % des im Geschäftsjahr vor dem Jahr der Verfahrenseinleitung erzielten Umsatzes	Keine speziellen Verjährungsfristen
Ukraine	– Höchstens 5 % oder 10 % des im vorausgegangenen Geschäftsjahr erzielten Umsatzes der Unternehmensgruppe	Fünf Jahre ab Rechtsverletzung oder Beendigung der Rechtsverletzung (bei andauernder Verletzung)

III. Spezialthemen (EU-Länder und Nicht-EU-Länder)

9. Preisvereinbarungen

Preisvereinbarungen sind in allen Ländern unzulässig – mit unterschiedlichen Ausprägungen:

Preisbindungen der zweiten Hand werden in allen Ländern als wettbewerbsrechtswidrig betrachtet, Ausnahmen gibt es nur sehr vereinzelt unter strengen Voraussetzungen. Eine Ausnahme ergibt sich beispielsweise dann, wenn ein Hersteller in der Einführungsphase eines neuen Produktes, andere Händler dafür gewinnen muss, das Produkt gezielt zu vertreiben. Die Studie hat gezeigt, dass generell der Verkäufer mit dem Käufer (Großhändler oder Einzelhändler) keine Fest- bzw. Mindestverkaufspreise vereinbaren darf.

Dagegen sind in den meisten Ländern (mit Ausnahme von Albanien und der Ukraine) vereinbarte Höchstpreise sowie (mit Ausnahme von Russland) unverbindliche Preisempfehlungen möglich, solange sie keine versteckte Preisbindung darstellen und z. B. zu einer Fix- oder Mindestpreisbindung führen oder den Wettbewerb auf andere Weise beschränken.

Diese Regelungen der Preisbindung der zweiten Hand gelten mit Ausnahme von Albanien und der Türkei nicht für echte Handelsvertreter, d. h. wenn der Handelsvertreter keine Eigentumsrechte an den Produkten erwirbt und somit kein kommerzielles Risiko trägt.

Unter diesen Prämissen ergibt sich folgende grundsätzliche Unzulässigkeit von Preisbindungen im Einzelnen:

Staat	Fixpreisbindung ²⁰	Mindestpreisvereinbarung	Höchstpreisbindung	Freistellung vom Verbot der Preisbindung für bestimmte Waren oder Dienstleistungen ²¹	Preisbindung zwischen Verkäufern und sog. echten Handelsvertretern	Zulässigkeit des Aufdrucks eines UUP auf Produkt
Albanien	✓	✓	✓ ²²	✓	✓ ²³	X
Bosnien und Herzegowina	✓	✓	X	✓	X	X
Bulgarien	✓	✓	X	X ²⁴	X	X ²⁵
Kroatien	✓	✓	X	✓	X	X
Polen	✓	✓	X	X ²⁶	X	X
Rumänien	✓	✓	X	✓	X	X
Russland	✓	✓	X	✓	X	✓
Serbien	✓	✓	X	✓	X	X ²⁷
Slowakei	✓	✓	X	✓	X	X
Slowenien	✓	✓	X ²⁸	✓	X	X
Tschechien	✓	✓	X	✓	X	X
Türkei	✓	✓	X	✓	✓ ²⁹	X
Ukraine	✓ ³⁰	✓ ³¹	✓ ³²	✓	X ³³	X ³⁴
Ungarn	✓	✓	X	✓	X	X

²⁰ Es gilt mit der Ausnahme, die in der Einführung angeführt ist.

²¹ In den meisten Ländern gibt es spezifische Ausnahmen, z. B. für medizinische Produkte die von Gesundheitsfonds oder Versicherungen verteilt werden.

²² Zulässigkeit im Einzelfall möglich.

²³ Zulässig unter der Bedingung, dass der Verkäufer durch die Preisbindung die Provision des Handelsvertreters nicht verbieten oder einschränken darf.

²⁴ Nur in regulierten Wirtschaftsbranchen (Energie, Telekommunikation, Post).

²⁵ Nur wenn der Aufdruck eine Preisempfehlung enthält und der Aufdruck als solcher oder in Verbindung mit dem Marketing des Produkts nicht zu einer Preisbindung oder einer Mindestpreisvereinbarung führt.

²⁶ Für Arzneimittel, die durch die staatliche Krankenkasse erstattet werden.

²⁷ Zulässigkeit im Einzelfall möglich.

²⁸ Nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt.

²⁹ Zulässigkeit im Einzelfall möglich.

³⁰ Zulässig, wenn der gemeinsame Marktanteil von Verkäufer und Händler auf dem relevanten Markt weniger als 5 Prozent ist.

³¹ Kein grundsätzliches Verbot, Einzelfallbetrachtung.

³² Kein grundsätzliches Verbot, Einzelfallbetrachtung.

³³ Nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt.

³⁴ Nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt.

10. Eintrittsgebühren

In dieser Studie werden unter Eintrittsgebühren alle Gebühren verstanden, die der Händler (vor allem Einzelhandelsketten) von Produzenten oder Großhändlern für die Aufnahme von Waren zum Verkauf verlangt.

Diese Eintrittsgebühren können verschiedene Formen haben, wie z. B. Eintrittsgebühren im engeren Sinne, Regalplatzgebühren.

In einigen Ländern sind Eintrittsgebühren generell unzulässig. Insbesondere dann, wenn sie als marktmissbrauchend zu qualifizieren sind. Zulässig sind Eintrittsgebühren jedoch dann, wenn das Unternehmen, das die Eintrittsgebühren verlangt, keine marktbeherrschende Stellung hat.

Soweit Eintrittsgebühren unzulässig sind, sollte der Händler, der die Gebühren verlangt, zumeist mit Bußgeld und/oder einer zivilrechtlichen Klage auf Unterlassung und Schadensersatz rechnen.

Übersicht der Regulierung von Eintrittsgebühren:

Staat	Sind Eintrittsgebühren generell zulässig?	Öffentlich-rechtliches Verfahren und Bußgeld	Privatprozess auf Unterlassung und Schadensersatz
Albanien	✓	N/A	N/A
Bosnien und Herzegowina	X ³⁵	✓	X
Bulgarien	✓ ³⁶	N/A	N/A
Kroatien	X ³⁷	✓	✓
Polen	X	✓	✓
Rumänien	✓ ³⁸	✓	✓
Russland	X	✓	✓
Serbien	✓ ³⁹	✓	✓
Slowakei	✓ ⁴⁰	✓	✓
Slowenien	X	✓	✓
Tschechien	X	✓	✓
Türkei	X	✓	✓
Ukraine	✓ ⁴¹	N/A	N/A
Ungarn	✓ ⁴²	✓	✓

³⁵ Dies wird nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt. Die Unzulässigkeit folgt aus den Regelungen zum Missbrauch marktbeherrschender Stellung.

³⁶ Es gibt kein ausdrückliches Verbot, es ist aber verboten, Vergütung für Dienste vorzusehen, die faktisch nicht erbracht werden.

³⁷ Das Verbot ergibt sich aus dem Verbot des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung.

³⁸ Die Zahlung von Leistungen muss in direktem Zusammenhang mit dem Verkaufsvorgang stehen.

³⁹ Dies ist nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt. Eintrittsgebühren eines marktbeherrschenden Unternehmens können jedoch rechtswidrig sein.

⁴⁰ Dies ist nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt. Eintrittsgebühren sind jedoch unzulässig bei Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung. Bezüglich Handelsangelegenheiten deren Gegenstand Lebensmittel oder eine Dienstleistung in Verbindung mit Lebensmitteln ist, sind Eintrittsgebühren unabhängig von der Marktstellung des Unternehmens unzulässig.

⁴¹ Dies ist nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt. Eintrittsgebühren sind jedoch unzulässig bei Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung. Bezüglich Handelsangelegenheiten deren Gegenstand Lebensmittel oder eine Dienstleistung in Verbindung mit Lebensmitteln ist, sind Eintrittsgebühren unabhängig von der Marktstellung des Unternehmens unzulässig.

⁴² Eintrittsgebühren sind jedoch unzulässig bei Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung sowie im Landwirtschafts- und Lebensmittelsektor.

11. Marktbeherrschende Unternehmen und Unternehmen mit marktstarker Stellung

Die Marktbeherrschung wird sowohl durch prozentual festgelegte Schwellenwerte als auch durch zusätzliche Kriterien definiert. Wenn der Schwellenwert erreicht ist, wird die marktbeherrschende Stellung meistens vermutet, was zu einer Beweislastumkehr zugunsten des Unternehmens führt. Dies ähnelt der Lage im EU-Kartellrecht, wo die Marktanteile zwar als Maßstäbe und Leitlinien fungieren, der eigentliche Test aber ist, ob ein Unternehmen aufgrund seiner Marktstellung Entscheidungen weitgehend unabhängig von Konkurrenten, Kunden und letztendlich Verbrauchern treffen kann. In den meisten Ländern liegt der Schwellenwert bei einem Marktanteil von 40 %. Auch wenn der

Marktanteil unter dem Schwellenwert liegt, kann im Einzelfall und unter Gesamtbetrachtung aller Umstände eine marktbeherrschende Stellung vorliegen. Allerdings trägt dann die Behörde die Beweislast. Manche Länder haben im Gesetz keinen Schwellenwert definiert. Die Beurteilung kann sich hier nur nach allgemeinen Kriterien richten. Das können beispielsweise die Marktanteile der Konkurrenten, die wirtschaftliche und finanzielle Stärke des Unternehmens, die Schwierigkeit des Markteintritts, etc. sein.

Vergleichbare Bestimmungen für einzelne Sektoren, finden sich auch in der Slowakei und Ungarn wieder.

Staat	Schwellenwert (Marktanteilswert) für Vermutung der Marktbeherrschung	Schwellenwert (Marktanteilswert) für Vermutung der Marktbeherrschung	Regelungen für Unternehmen mit marktstarker Stellung: mit Ausnahme für einzelne Sektoren, z.B. Medien, Lebensmittelhandel.
Albanien	Gesetz sieht keine bestimmten Schwellenwerte vor.	Verschiedene Kriterien, insbesondere <ul style="list-style-type: none"> – Marktanteil des jeweiligen Unternehmens und dessen Konkurrenz; – Schwierigkeiten beim Markteintritt; – potenzieller Wettbewerb; – wirtschaftliche und finanzielle Stärke des Unternehmens; – wirtschaftliche Abhängigkeit der Lieferanten und Abnehmer 	X
Bosnien und Herzegowina	Ein Unternehmen mit Marktanteil von über 40 % ; oder zwei oder drei Unternehmen mit Marktanteil von über 60 % ; oder vier oder fünf Unternehmen mit Marktanteil von über 80 % .		X
Bulgarien	Gesetz sieht keine bestimmten Schwellenwerte vor.	Der nationale Test für die Bestimmung einer Marktbeherrschung ist ähnlich zu Artikel 102 AEUV. Als Faustregel gilt, dass ein Unternehmen mit einem Marktanteil von 25 % oder weniger nicht als marktbeherrschend behandelt werden kann.	✓
Kroatien	Gesetz sieht keine bestimmten Schwellenwerte vor.	Der nationale Test für die Bestimmung einer Marktbeherrschung ist ähnlich zu Artikel 102 AEUV. <ul style="list-style-type: none"> – Verschiedene Kriterien, insbesondere – Marktanteil des jeweiligen Unternehmens und dessen – Konkurrenz; – Schwierigkeiten beim Markteintritt; – potenzieller Wettbewerb; – wirtschaftliche und finanzielle Stärke des Unternehmens; – wirtschaftliche Abhängigkeit der Lieferanten und Abnehmer 	X
Polen	Marktanteil von über 40 %.		X
Rumänien	Marktanteil von über 40 %.		X

Staat	Schwellenwert (Marktanteilswert) für Vermutung der Marktbeherrschung	Schwellenwert (Marktanteilswert) für Vermutung der Marktbeherrschung	Regelungen für Unternehmen mit marktstarker Stellungen: mit Ausnahme für einzelne Sektoren, z.B. Medien, Lebensmittelhandel.
Russland	<p>Marktanteil von über 50 %.</p> <p>Bei einem Marktanteil von über 35 % bis zu 50 % kann die Behörde eine marktbeherrschende Stellung nachweisen (z. B. aufgrund stabiler Marktanteile, Marktanteile der Wettbewerber, Marktzugang für neue Wettbewerber usw.).</p> <p>Bei einem Marktanteil von weniger als 35 % ist dies nur in Ausnahmefällen möglich (bei gemeinsamer Marktbeherrschung oder bei entscheidendem Einfluss auf die Güterbewegung im relevanten Markt durch einseitige Preisfestlegung, Einfluss auf die allgemeinen Marktbedingungen, Zugangsbeschränkungen, keinerlei Substitutionsmöglichkeit und keine Abhängigkeit der Nachfrage von Preis.</p>		X
Serbien	Das neue Gesetz sieht keine bestimmten Schwellenwerte vor. Die Beweislast trägt die Wettbewerbsbehörde sogar bei einem Marktanteil von über 40 % .	<p>Verschiedene Kriterien, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> – Marktanteil des jeweiligen Unternehmens und dessen Konkurrenz; – Schwierigkeiten beim Markteintritt; – potenzieller Wettbewerb; – wirtschaftliche und finanzielle Stärke des Unternehmens; – vertikale Integration. 	X
Slowakei	Gesetz sieht keine bestimmten Schwellenwerte vor.	Eine Marktbeherrschende Stellung wird angenommen, wenn ein Unternehmen oder eine Gruppe von Unternehmen keinem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt sind und sich im Hinblick auf Ihre ökonomische Stärke unabhängig verhalten können.	X
Slowenien	<p>Ein Unternehmen mit einem Marktanteil von über 40 % .</p> <p>Zwei oder mehr Unternehmen mit einem Marktanteil von über 60 % .</p>		X
Tschechien	Marktanteil von über 40 % .		X
Türkei	Gesetz sieht keine bestimmten Schwellenwerte vor.	<p>Verschiedene Kriterien, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> – Marktanteil – vertikale Verflechtung – technologische Vorteile – ungenutzte Kapazitäten – Produktvielfalt – gesetzliche Monopolrechte 	X
Ukraine	<p>Ein Unternehmen mit einem Marktanteil von über 35 % ;</p> <p>Gesamtheit von max. drei Unternehmen mit einem Marktanteil von über 50 % ;</p> <p>Gesamtheit von max. fünf Unternehmen mit einem Marktanteil von über 70 % ;</p>		X
Ungarn	Gesetz sieht keine bestimmten Schwellenwerte vor.	<p>Vermutung der Marktbeherrschung u.a. wenn</p> <ul style="list-style-type: none"> – Marktanteil über 50 % (Marktbeherrschung sehr wahrscheinlich) – Marktanteil über 30 % aber unter 50 % (Marktbeherrschung aufgrund detaillierter Marktanalyse feststellbar) – Marktanteil unter 30 % (Marktbeherrschung unwahrscheinlich) 	X

12. Besondere Regelungen für marktbeherrschende und marktstarke Unternehmen auf dem Gebiet des Einzel- und Lebensmitteleinzelhandels

Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels wurden in der letzten Zeit verschiedene wettbewerbsrechtlich relevante Fragestellungen zur Marktbeherrschung, Verteilung der Verhandlungsmacht und vertikalen Beziehungen untersucht.

Für die CEE Länder gilt, dass derzeit eine sektorspezifische Regelung für marktbeherrschende und marktstarke Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel nur in Rumänien, Russland, Slowakei, Tschechien, Türkei und Ungarn vorliegt. Die einzelnen unlauteren Handelspraktiken werden jedoch weitgehend einheitlich in allen untersuchten Ländern geregelt.

Staat	Gibt es sektorspezifischen Regelungen für marktbeherrschende u. marktstarke Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel?	Ist es verboten Waren unter Einstandspreis zu verkaufen?	Ist es verboten die starke Marktstellung auszunutzen, um Vorzugsbedingungen zu erreichen?	Ist es verboten für die Platzierung der Waren im Verkaufsraum zusätzliche Entgelte zu verlangen?	Ist es verboten die Nennung der Waren in der hauseigenen Werbung von Entgelten abhängig zu machen?	Ist es vorgeschrieben, dass die Rechnungen der Zulieferer innerhalb einer bestimmten Frist bezahlt werden müssen?
Albanien	X	X	✓	X	X	✓
Bosnien und Herzegowina	X	X	✓	X	X	✓
Bulgarien	X ⁴³	X	✓	X ⁴⁴	X	✓
Kroatien	X	X	✓	X	X	✓
Polen	X	✓	✓	✓ ⁴⁵	✓	✓
Rumänien	✓ ⁴⁶	✓	✓	X	X	✓
Russland	✓	X	✓	✓	✓	✓
Serbien	X	X	✓	X	X	✓
Slowakei	✓ ⁴⁷	✓	✓	X ⁴⁸	X	✓
Slowenien	X	X	✓	X	X	✓
Tschechien	✓	✓	✓	X	X	✓
Türkei	✓	✓	✓	X	X	✓
Ukraine	X	X	✓	X	X	✓
Ungarn	✓	✓	✓	✓	✓	✓

⁴³ Die Regelungen gelten in beiden Fällen für alle Sektoren.

⁴⁴ Es ist aber verboten, Vergütung für Dienste vorzusehen, die faktisch nicht erbracht werden.

⁴⁵ Zusätzliche Entgelte können als Eintrittsgebühren behandelt werden. Wenn der Händler im Gegenzug keine Dienstleistung erbringt, gilt eine solche Gebühr als Eintrittsgebühr.

⁴⁶ Obwohl die sektorbezogenen Rechtsvorschriften verabschiedet wurden um Rechtsmittel gegen monopolistischen Praktiken von Unternehmen mit großer Marktmacht zu schaffen gelten die Vorschriften zur Lebensmittelbranche unabhängig von der Marktmacht.

⁴⁷ Seit 1. Januar 2013. Die sektorspezifische Regelung gilt für alle Unternehmen im Lebensmittelsektor, nicht nur für Unternehmen mit marktbeherrschender oder marktstarker Stellung.

⁴⁸ Zusätzliche Entgelte an den Verteiler nur bis zu 4 % des Jahresertrages des Lieferanten.



Ihr direkter deutschsprachiger Kontakt zu CMS

Bosnien und Herzegowina

Sarajevo

Attorney at law in cooperation with
CMS Reich-Rohrwig Hainz d.o.o.
Ul. Fra Anđela Zvizdovića 1
71000 Sarajevo

Radivoje Petrikić

T +381 11 3208 900

E radivoje.petrikic@cms-rrh.com

Bulgarien

Sofia

Pavlov and Partners Law Firm
in cooperation with
CMS Reich-Rohrwig Hainz
4, Knyaz Alexander I Battenberg Str.
1000 Sofia

Gentscho Pavlov

T +359 2 447 1350

E gentscho.pavlov@cms-rrh.com

Deutschland

München

CMS Hasche Sigle
Nymphenburger Straße 12
80335 München

Birgit Schneider

T +49 89 23807 380

E birgit.schneider@cms-hs.com

Kroatien

Zagreb

CMS Reich-Rohrwig Hainz
Ilica 1
10000 Zagreb

Gregor Famira

T +385 1 4825 600

E gregor.famira@cms-rrh.com

Österreich

Wien

CMS Reich-Rohrwig Hainz
Rechtsanwälte GmbH
Gauermannngasse 2
1010 Wien

Johannes Trenkwalder

T +43 1 40443 1750

E johannes.trenkwalder@cms-rrh.com

Polen

Warschau

CMS Cameron McKenna
Greszta i Sawicki sp.k.
Warsaw Financial Centre
ul. Emilii Plater 53
00-113 Warschau

Lidia Dziurzynska-Leipert

T +48 22 520 5555

E lidia.dziurzynska-leipert@cms-cmck.com

Rumänien

Bukarest

CMS Cameron McKenna SCA
S-Park
11–15, Tipografilor Street
B3–B4, 4th Floor
District 1,
013714 Bukarest

Martin Wodraschke

T +36 1 48348 28

E martin.wodraschke@cms-cmck.com

Russland

Moskau

CMS, Russia
Naberezhnaya Tower
Block C, Presnenskaya Nab., 10
123317 Moskau

Thomas Heidemann

T +7 495 786 4000

E thomas.heidemann@cmslegal.ru

Schweiz

Zürich

CMS von Erlach Poncet Ltd.
Dreikönigstrasse 7
8022 Zürich

Max Albers

T +41 44 285 11 11

E max.albers@cms-vep.com

Serbien

Belgrad

Petrikic & Partneri AOD
in cooperation with CMS Reich-Rohrwig
Hainz
Cincar Jankova 3
11000 Belgrad

Radivoje Petričić

T +381 11 3208 900

E adivoje.petrikic@cms-rrh.com

Slowakei

Bratislava

Ružička Csekes s.r.o.
in association with members of CMS
Vysoká 2/B
811 06 Bratislava

Peter Šimo

T +421 2 3233 3444

E peter.simo@cms-rrh.com

Slowenien

Ljubljana

CMS Reich-Rohrwig Hainz
Bleiweisowa 30
1000 Ljubljana

Gregor Famira

T +386 1 62052 10

E gregor.famira@cms-rrh.com

Tschechische Republik

Prag

CMS Cameron McKenna v.o.s.
Palladium, Na Poříčí 1079/3a
110 00 Prag 1

Barbora Dubanská

T +420 2 967988 11

E barbora.dubanska@cms-cmck.com

Türkei

Istanbul

CMS, Turkey
Süzer Plaza
Askerocağı Cad. No:6 Kat:15 D:1501
34367 Elmadağ-Şişli/İstanbul

Döne Yalçın

T +90 212 24349 28

E doene.yalcin@cms-rrh.com

Ukraine

Kiew

CMS Reich-Rohrwig Hainz TOV
19B Instytutska St.
01021 Kiew

Johannes Trenkwalder

T +380 44 500 1718

E johannes.trenkwalder@cms-rrh.com

Ungarn

Budapest

Ormai és Társai CMS Cameron McKenna LLP
YBL Palace
Károlyi Mihály utca 12
1053 Budapest

Martin Wodraschke

T +36 1 48348 28

E martin.wodraschke@cms-cmck.com

Über CMS



> 800 Partner/innen

> 3.000 Jurist/innen

33

Länder

53

Städte

59

Standorte

346

Anzahl der
M&A
Transaktionen
in 2014

> 5.500 Mitarbeiter/innen

> 30 neue Partner in 2014

Chambers & Legal 500
2014 Rankings

105 Band 1

191 Band 2

10

größte
Law Firm

19

Practise und
Sector Groups

C/M/S/ Law-Now™

**Ihr kostenloser juristischer Online-
Informationsdienst.**

E-Mail-Abodienst für Fachartikel zu
vielfältigen juristischen Themen.

www.cms-lawnow.com

C/M/S/ e-guides

Ihre juristische Online-Bibliothek.

Profunde internationale Fachrecherche
und juristisches Expertenwissen nach Maß.

eguides.cmslegal.com

CMS Legal Services EEIG erbringt keinerlei Mandantenleistung. Derartige Leistungen werden in den jeweiligen Ländern ausschließlich von den Mitgliedssozietaeten erbracht. In bestimmten Fällen dient CMS als Marken- oder Firmenname einzelner beziehungsweise aller Mitgliedssozietaeten oder deren Büros oder bezieht sich auf diese. CMS Legal Services EEIG und deren Mitgliedssozietaeten sind rechtlich eigenständig und unabhängig. Zwischen ihnen besteht keine Beziehung in Form von Mutter- und Tochtergesellschaften beziehungsweise keine Vertreter-, Partner- oder Joint-Venture-Beziehung. Keine Angabe in diesem Dokument ist so auszulegen, dass eine solche Beziehung besteht. Keine Mitgliedssozietaet ist dazu berechtigt, im Namen von CMS Legal Services EEIG oder einer anderen Mitgliedssozietaet unmittelbar oder mittelbar oder in jeglicher anderer Form Verpflichtungen einzugehen.

CMS-Büros und verbundene Büros:

Aberdeen, Algier, Amsterdam, Antwerpen, Barcelona, Belgrad, Berlin, Bratislava, Bristol, Brüssel, Budapest, Bukarest, Casablanca, Dubai, Düsseldorf, Edinburgh, Frankfurt/Main, Genf, Glasgow, Hamburg, Istanbul, Kiew, Köln, Leipzig, Lissabon, Ljubljana, London, Luxemburg, Lyon, Madrid, Mailand, Maskat, Mexiko-Stadt, Moskau, München, Paris, Peking, Podgorica, Prag, Rio de Janeiro, Rom, Sarajevo, Sevilla, Shanghai, Sofia, Straßburg, Stuttgart, Tirana, Utrecht, Warschau, Wien, Zagreb und Zürich.

www.cmslegal.com