

# **Zulässige Preisermittlung in Franchise-Systemen**

von

**RAA Mag. Amelie S. Pohl**

TIGGES Rechtsanwälte  
Düsseldorf/Kitzbüchel/Warschau

## **1. Unverbindliche Verkaufsempfehlungen**

Kartellrechtlich sind Preisempfehlungen gem. Art. 4 a) Vertikal-GVO sowie gem. § 1 KartG 2005 zulässig. Eine einseitig an den Franchise-Nehmer gerichtete Empfehlung ist insofern unbedenklich.

Im Rahmen von Franchise-Systemen ist es somit gestattet, dass der Franchise-Geber dem Franchise-Nehmer eine Liste von empfohlenen unverbindlichen Wiederverkaufspreisen zur Verfügung stellt. Diese stellen solange keine unzulässige indirekte Preisbindung dar, sofern diese nicht durch Druck oder Gewährung von Anreizen tatsächlich wie eine Preisbindung wirken oder zu einer Verhaltensabstimmung führen. Nicht von der Freistellung umfasst sind somit Empfehlungen, die den Franchise-Nehmer indirekt dazu zwingen, bestimmte Preise zu verlangen, also sog. „faktische Preisbindungen“.

## **2. Höchstpreisvorgaben**

Gemäß Art. 4 a) Vertikal-GVO ist auch die Vorgabe von Höchstpreisen zulässig. Preisempfehlungen und Preisobergrenzen sind solange durch die Vertikal-GVO frei gestellt, wenn der Marktanteil des gesamten Franchise-Systems nicht mehr als 30 % am relevanten Markt beträgt.

Auch hier ist darauf zu achten, dass die Festlegung von Höchstpreisen durch den Franchise-Geber nicht zu einer indirekten Preisbindung oder zu einer Verhaltensabstimmung innerhalb des Franchise-Systems führt. Dies ist etwa dann erfüllt, wenn die Höchstpreise so niedrig angesetzt werden, dass sie praktisch nicht unterschritten werden können.

## **3. Unzulässige Preisbindung**

Unzulässig sind Preisvorgaben bzw. vertikale Preisbindungen, d.h. Vereinbarungen oder abgestimmte Verhaltensweisen, die unmittelbar als auch mittelbar die Festsetzung des Wiederverkaufspreises bezwecken (Preisbindung zweiter Hand).

Absolut unzulässig ist eine Festlegung des Wiederverkaufspreises des Franchise-Nehmers, aber auch die Vereinbarung von Absatzspannen oder von nach oben hin beschränkten Nachlässen, die der Franchise-Nehmer gewähren kann. Auch der Aufdruck von empfohlenen Wiederverkaufspreisen auf der Ware kann zu einer indirekten Preisbindung führen.

#### **4. Kurzfristige Preisvorgaben bei Verkaufsförderungsaktionen**

In Österreich sind auch keine kurzfristigen Preisvorgaben für Werbeaktionen zulässig. Die österreichische Rechtslage unterscheidet sich insofern von der deutschen Rechtslage. In Deutschland sind kurzfristige Preisvorgaben (bspw. sechswöchige Verkaufsaktion) in Franchise-Systemen möglich. Nach einer Entscheidung des BGH (Urteil vom 18. Februar 2003, BGH WuW/E DE-R 1101 – „Ein Riegel extra“) liegt keine unzulässige Preisbindung vor, wenn die Preisvorgabe des Franchise-Gebers nur für eine kurze Zeitspanne gilt und sich diese Preisbindung nicht spürbar auf die Preisgestaltung des Franchise-Nehmers auswirkt. Dies gilt in Deutschland in gleicher Weise bei der Einführung neuer Produkte.

#### **5. Kalkulationshilfen**

Kalkulationsrichtlinien können dann unzulässig werden, wenn dadurch eine Beschränkung des Wettbewerbs bezweckt oder bewirkt wird (Empfehlungskartell). Insofern ist auch hier darauf zu achten, dass im Rahmen von Franchise-Systemen ausdrücklich auf die Unverbindlichkeit hingewiesen wird und zu deren Durchsetzung wirtschaftlicher oder gesellschaftlicher Druck weder ausgeübt werden soll noch ausgeübt wird. Wettbewerbswidrige Wirkungen können durch Preisempfehlungen oder dergleichen dann entstehen, wenn die meisten oder alle Franchise-Nehmer den angegebenen Preis als Orientierungspreis annehmen.

Gasteig, den 11. März 2009

Gez. Mag. Amelie Pohl