



Clemens Binninger
Mitglied des Deutschen Bundestages

Clemens Binninger MdB • Platz der Republik • 11011 Berlin

Herrn
Gerhard Hämmerle
Elektro Hämmerle GmbH & Co. OHG
Benzstr. 28
71083 Herrenberg

Platz der Republik
11011 Berlin
Tel: (030) 227 77255
Fax: (030) 227 76987

Wahlkreis
Krotenäckerweg 45/4
71069 Sindelfingen
Tel: (07031) 67 92 93
Fax: (07031) 67 92 94

E-Mail
clemens.binninger@bundestag.de

Homepage
www.clemens-binninger.de

Berlin, den 31. März 2014

Sehr geehrter Herr Hämmerle,

haben Sie Dank für Ihre E-Mail vom 20. März 2014 zum Kartellrecht, die ich auch im Namen meiner Kollegin im Landtag von Baden-Württemberg, Sabine Kurtz, gerne beantworte. Ich habe in der Angelegenheit über das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie um eine Stellungnahme aus dem Bundeskartellamt gebeten. Diese Stellungnahme finden Sie als Anlage anbei.

Durch das Internet und die damit einhergehenden technischen Möglichkeiten ist der gesamte Einzelhandel erheblichen strukturellen Veränderungen unterworfen. Offensichtlich ziehen es mehr und mehr Konsumenten vor, Produkte bei Online-Händlern zu erwerben anstatt beim Fachhändler vor Ort. Mir ist bewusst, dass dieser strukturelle Wandel für die betroffenen Fachhändler enorme Veränderungen notwendig macht und zum Teil auch schmerzhaftes Einschnitte mit sich bringt. Er reicht vermutlich noch sehr viel weiter als das Aufkommen der Supermärkte und Discounter, das seinerzeit den gesamten Einzelhandel für Lebensmittel und Drogeriewaren neu strukturiert hat.

Letzen Endes liegt die Entscheidung aber beim Kunden, ob er Online-Händler oder die qualitativ hochwertige Beratung in einem Fachgeschäft bevorzugt, die er in der Regel durch höhere Preise finanzieren muss. Es würde allen marktwirtschaftlichen Prinzipien widersprechen, wenn Kunden im Online-Handel mittels höherer Preise die Beratung in Fachgeschäften quersubventionieren müssten, die sie selbst überhaupt nicht in Anspruch nehmen. Stattdessen alle



Clemens Binninger
Mitglied des Deutschen Bundestages

Vertriebswege gleich zu behandeln und keinen bestimmten Vertriebsweg zu bevorzugen oder zu benachteiligen, ist in meinen Augen ordnungspolitisch die einzig sinnvolle Lösung.

In diesem Zusammenhang muss ich auch deutlich machen, dass es nicht Aufgabe des Wettbewerbsrechts sein kann, Besitzstände zu wahren und gerade den Vertriebsweg wettbewerbsrechtlich zu privilegieren, den mehr und mehr Kunden offensichtlich ablehnen. Ich vertraue vielmehr auf die Innovationsfähigkeit unserer Wirtschaft und bin überzeugt davon, dass gerade auch die inhabergeführten Fachgeschäfte ihre Marktnischen finden werden. Offenbar gehen Sie mit Ihrem Online-Shop www.kaffeeprofi24.de genau diesen Weg und dabei wünsche ich Ihnen den notwendigen wirtschaftlichen Erfolg am Markt.

Hinweise auf Ihr früheres parteipolitisches Engagement sind entbehrlich. Mein Verständnis ist, dass ich alle Bürger, entsprechend ihrem Anliegen, gleich handle.

Mit freundlichen Grüßen

Th. Clemens Binninger

Stellungnahme aus dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Mit der stetig wachsenden Bedeutung des Internets für eine große Zahl von Wirtschaftszweigen (insbesondere den Handel) rücken auch kartellrechtliche Verfahren in diesem Bereich in das Blickfeld. Oft sind es altbekannte Themen, wie der Versuch der Durchsetzung einer Preisbindung durch Hersteller oder Beschränkungen in selektiven Vertriebssystemen, die sich in neuem Gewand und mit neuer Aktualität präsentieren.

In letztere Kategorie fällt auch das Verfahren des Bundeskartellamts gegen die Bosch-Siemens Haushaltsgeräte GmbH (BSH). Das Rabattsystem hatte BSH in den Jahresvereinbarungen mit Fachhändlern eingeführt, die BSH-Geräte sowohl über ein stationäres Ladengeschäft als auch über einen Webshop absetzen (sog. Hybridhändler). Die Leistungsrabatte setzten am Herstellerabgabepreis an und fielen umso niedriger aus, je mehr Umsatz ein Hybridhändler über seinen Webshop erzielte. Das Bundeskartellamt wertete das Rabattsystem als wettbewerbsbeschränkendes Doppelpreissystem, da es für aktuelle und potentielle Hybridhändler Anreize setzte, ihren Online-Vertrieb zu begrenzen bzw. einen Online-Vertrieb gar nicht erst einzuführen. Hierdurch wird nach Auffassung des Bundeskartellamts der Wettbewerb im Onlinehandel sowie der davon ausgehende Preiswettbewerb für stationäre Fachhändler reduziert. Zwar kann ein Hersteller mit seinen Händlern qualitative Anforderungen für den Vertrieb der jeweiligen Produkte vereinbaren. Dies darf jedoch nicht dazu führen, dass die Händler in der Wahl ihrer Vertriebswege beschränkt werden. Aus Sicht des Bundeskartellamts ist das Internet ein Vertriebsweg wie jeder andere.

BSH hat das Rabattsystem zwischenzeitlich modifiziert und bietet sämtlichen Händlern ab 2014 für den Vertrieb über das Internet und über stationäre Ladengeschäfte gleich hohe Leistungsrabatte an. Das Bundeskartellamt verfolgt daher das Verfahren nicht mehr weiter. Ähnliche Verfahren wie gegen BSH wurden auch gegen die Unternehmen Gardena und Dornbracht geführt.