



Sarah J. Hachmeister

Internetvertrieb und Kartellrecht

Unter besonderer Berücksichtigung des Vertriebskartellrechts

Schriften zum Bürgerlichen Recht, Band 474

234 Seiten, 2017

Print: <978-3-428-15172-1> € 79,90

E-Book: <978-3-428-55172-9> € 71,90

Print & E-Book: <978-3-428-85172-0> € 95,90

Der Internetvertrieb entwickelt sich dynamisch und stellt Marktteilnehmer, Rechtsprechung, Behördenpraxis und Wissenschaft vor neue rechtliche Herausforderungen. In Ermangelung konkreter verbindlicher Regelungen für das Internetvertriebskartellrecht und divergierender Rechtsprechung besteht zuweilen eine große Rechtsunsicherheit.

Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der rechtlichen Einordnung von Internetvertriebsbeschränkungen wie Totalverboten, qualitative/quantitative Vorgaben, Doppelpreissysteme, Plattformverbote, Preisparitäts- und Bestpreisklauseln. Beschränkungen des Internetvertriebs werden insbesondere für den Vertrieb von Luxusprodukten eingesetzt, weswegen u.a. der Stellenwert des Images näher beleuchtet wird. Die Arbeit gibt schließlich einen Ausblick darauf, ob das allgemeine Kartellrecht an die sog. Distributionsrevolution angepasst werden muss, ein Paradigmenwechsel stattfinden sollte oder ein Sonderkartellrecht für den Internetvertrieb eingeführt werden muss.

Inhalt

1. Einleitung

2. Internetvertrieb

Entwicklung des Internetvertriebs — Einordnung des Internetvertriebs — Besonderheiten des Internetvertriebs — Auswirkungen des Internetvertriebs auf den Wettbewerb und seine Teilnehmer — Gestaltungen des Vertriebs — Vergleichbarkeit des Internethandels mit dem Versandhandel

3. Kartellrechtliche Einordnung

Einordnung als Wettbewerbsbeschränkung — Freistellungsmöglichkeit der Wettbewerbsbeschränkung

4. Stellenwert Image

Bedeutung innerhalb der Rechtsprechung — Luxusprodukte im Internetvertrieb

5. Vertriebsbeschränkungen im Internet

Verbot des Internetvertriebs durch den Hersteller — Beschränkung aktiver Verkaufsbemühungen des Händlers — Qualitative Vorgaben — Quantitative Vorgaben — Verknüpfung der Händler-Website mit der Seite des Unternehmers — Gebietsbeschränkungen — Dual Pricing — Plattformverbote — Preisparitäts- und Bestpreisklauseln — Internetvertrieb bei Handelsvertretern

6. Regelungsbedarf und Ausblick

Der »digitale Binnenmarkt« — Einführung eines Sonderkartellrechts oder Paradigmenwechsel? — Ausblick

7. Fazit

Literatur- und Sachwortverzeichnis

Bestellungen können an jede Buchhandlung oder direkt an den Verlag gerichtet werden.

Nutzung und Download von E-Books erfolgen über unsere eLibrary.

Tel.: 030/790006-0 · werbung@duncker-humblot.de · verkauf@duncker-humblot.de

www.duncker-humblot.de