



MARKENVERBAND

PRESSEMITTEILUNG

Leiter Presse
und Öffentlichkeitsarbeit
Johannes Ippach
j.ippach@markenverband.de

Beschluss des EuGH zu Fragen des OLG Frankfurt a.M. im Fall Coty ./ Akzente GmbH öffnet Herstellern von Luxuswaren auch Online die Hoheit über die eigenen Vertriebswege

EuGH klärt: Um die Qualität von Produkten zu wahren, muss die Wahl der Vertriebswege durch Hersteller auch im Internet möglich sein

Berlin, 06.12.2017. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat zu den Fragen des Oberlandesgerichtes Frankfurt a.M. im Fall Coty ./ Akzente GmbH eine Entscheidung getroffen, die Herstellern von Luxuswaren Rechtssicherheit bei der Ausgestaltung ihrer eigenen Vertriebswege im Onlinehandel gibt. „Die heutige Entscheidung des EuGH gibt den Herstellern von Luxusmarken die Entscheidungshoheit über die Wahl ihrer Vertriebswege im Internet zurück,“ sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer Markenverband e.V. Er fährt fort: „In ihrer Bedeutung weist die Entscheidung über den Bereich der Luxuskosmetik hinaus. Sie ist ein erster Orientierungspunkt für alle Bereiche, in denen die enge Verzahnung von Markenherstellern und Handel dabei hilft, die Qualität von Produkten zu erhalten und die Leistungen für die Verbraucher zu verbessern.“

Selektive Vertriebssysteme haben sich in den zurückliegenden Jahrzehnten gerade für die Bereiche, in denen die Europäische Wirtschaft eine internationale Führungsrolle beanspruchen kann, als ein erfolgreiches Modell etabliert. So wird es beispielsweise von Unternehmen der Bereiche Luxusartikel, Maschinenbau, Fahrzeugbau oder hochwertige Elektrogeräte für ein markengemessenes Verkaufsumfeld genutzt. Um die markengerechte Präsentation auch im Internet zu gewährleisten, muss der E-Commerce so ausgestaltet werden dürfen, dass Markenhersteller ihre Vertriebsstrategie in Übereinstimmung mit ihrem Markenversprechen gestalten können. Das war gerade in Deutschland bisher fraglich. Mit der Entscheidung des EuGH ist jetzt ein erster Schritt auf dem Weg getan, die Gefahr der Verwässerung der eigenen Marke durch drohenden Zwang zur markenschädigenden Kooperation mit Dritten, wie beispielsweise marktmächtigen Onlinehandelsplattformen, im Internet zu verhindern.

Ansprechpartner

Dr. Andreas Gayk
Leiter Vertriebspolitik / Handelsbeziehungen
Tel.: 030/20 61 68 30
E-Mail: a.gayk@markenverband.de

Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Marktwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Mrd. Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Mrd. Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen u. a. aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Mode und Textil, pharmazeutische Produkte und Dienstleistungen. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie August Storck, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Dr. Doerr Feinkost, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, WMF und viele andere renommierte Firmen.

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin
Telefon +49 (0)30 206 168 37
Telefax +49 (0)30 206 168 737
Postfach 080 629 | D-10006 Berlin
www.markenverband.de