

## **Monopolkommission bestätigt Wettbewerbsprobleme auf Online-Marktplätzen durch Handelsbeschränkungen und wenn Marktplatzbetreiber selber Händler ist**

### **BVOH-Präsident Prothmann begrüßt Ergebnisse des Sondergutachtens der Monopolkommission**

Die Monopolkommission hat der Bundesregierung und den gesetzgebenden Körperschaften das Sondergutachten „[Wettbewerbspolitik: Herausforderung digitale Märkte](#)“ vorgelegt. Wettbewerbsprobleme können laut Gutachten im E-Commerce dann entstehen, wenn der Betreiber einer Plattform (als Beispiel wird Amazon genannt) zugleich Verkäufer auf dieser Plattform ist und damit in Konkurrenz zu anderen Verkäufern auf seiner Plattform tritt. Bei der Erstellung dieses Gutachten war auch die Expertise des Bundesverband Onlinehandel e.V. ([BVOH](#)) insbesondere in Fragen von [Handelsbeschränkungen und Wettbewerbsverzerrungen](#) gefragt. „Angesichts der Entwicklungen auf digitalen Märkten sind Anpassungen des Rechtsrahmens und der Behördenpraxis nötig. Der Anwendungsbereich der Fusionskontrolle sollte erweitert werden, Missbrauchsverfahren sind zügiger zum Abschluss zu bringen“, sagte der Vorsitzende der Monopolkommission, **Prof. Daniel Zimmer**. Der BVOH begrüßt ausdrücklich das aus eigenem Ermessen der Monopolkommission erstattete Sondergutachten zum Wettbewerb auf digitalen Märkten. „Gerade im Bereich der [Beschränkungen des Onlinehandels](#) durch die Industrie und das wenig transparente Ausnutzen von Monopolstellungen auf digitalen Marktplätzen durch den Betreiber besteht dringender Handlungsbedarf – insbesondere auch in der zügigen Abwicklung von Verfahren. Deshalb begrüßen wir das Engagement der Monopolkommission und haben auch gern mit Rat und Tat zur Seite gestanden“, sagt BVOH-Präsident **Oliver Prothmann**.

In zwei Bereichen konnte Oliver Prothmann den Standpunkt des Onlinehandels verdeutlichen:

„K41. **Eine ökonomisch wichtige Bedeutung kommt dem Online-Handel mit Waren und Dienstleistungen (E-Commerce) zu.** Der Online-Handel zwischen Unternehmen und Endverbrauchern (B2C-E-Commerce) ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Für das Jahr 2014 werden für Deutschland je nach Quelle ein steuerbereinigtes Marktvolumen des E-Commerce von ca. EUR 39 Mrd. bis EUR 44 Mrd. und ein Anteil am Einzelhandelsumsatz von ca. 9-10 Prozent angegeben. **Unabhängig von den genauen Marktdaten ist zukünftig ein weiterer Anstieg des Anteils des E-Commerce am Einzelhandelsumsatz zu erwarten** (Tz. 343 – Tz. 346, Tz. 352 – Tz. 358)

**K 47. Zu Wettbewerbsproblemen durch vertikale Integration kann es im E-Commerce kommen, wenn der Betreiber einer Plattform zugleich Verkäufer auf dieser Plattform ist und damit in Konkurrenz zu anderen Verkäufern auf seiner Plattform tritt.** In einem solchen Fall können Anreize für den Plattformbetreiber bestehen, die eigenen Produkte prominenter darzustellen. Ferner hat dieser die Möglichkeit, Transaktionen von Dritthändlern zu beobachten, besonders nachgefragte Produkte in den eigenen Handelsbestand aufzunehmen und betroffene Händler möglicherweise vom Markt zu verdrängen. Zudem kann der Plattformbetreiber zusätzliche Daten akkumulieren, um beispielsweise bessere Produktempfehlungen zu geben und hierdurch die Qualität der eigenen Plattform und damit die eigene Wettbewerbsposition gegenüber konkurrierenden Plattformen zu verbessern. (...) **Gleichwohl sollte dieses Verhalten durch die Wettbewerbsbehörden beobachtet werden, um längerfristige Ausschließungswirkungen zu verhindern** (Tz. 391 – Tz. 395)“

Aus: [Kurzfassung des Sondergutachtens der Monopolkommission](#).

#### **Monopolkommission**

Die Monopolkommission ist ein ständiges, unabhängiges Beratungsgremium und berät die deutsche Bundesregierung, die gesetzgebenden Körperschaften sowie die Öffentlichkeit auf den Gebieten der Wettbewerbspolitik, des Wettbewerbsrechts und der Regulierung. Sie besteht aus fünf Mitgliedern, die über besondere volkswirtschaftliche, betriebswirtschaftliche, sozialpolitische, technologische oder wirtschaftsrechtliche Kenntnisse und Erfahrungen verfügen müssen. Der Bundespräsident beruft die Mitglieder der Monopolkommission auf Vorschlag der Bundesregierung für die Dauer von vier Jahren,

#### **Beschränkungen – Worum geht es?**

Einseitige Verkaufsverbote durch einzelne Hersteller bedrohen Arbeitsplätze und die Existenz von Händlern, indem sie Händler von ihrem oft wichtigsten Verkaufskanal abschneiden und ihnen damit die Möglichkeit nehmen, preisgünstige und beliebte Online-Plattformen in einem wettbewerbsorientierten Markt zum Vorteil der Kunden zu nutzen. Verbrauchern nimmt man so den Zugang zu transparenten Preisen und der zusätzlichen Auswahl, von der sie im Online-Handel profitieren.

## Über den BVOH

Der Bundesverband Onlinehandel e.V. (BVOH) versteht sich seit 2006 als Interessenvertreter der Unternehmerinnen und Unternehmer, wie auch der Verbraucherinnen und Verbraucher im Online-Handel. Ein weiteres wichtiges Ziel des BVOH ist die Steigerung der Akzeptanz und der Sicherheit im Online-Handel durch Einführung einheitlicher Standards.

Der BVOH ist die starke Stimme der am Internethandel Beteiligten: Verbraucher, Unternehmer, Zulieferer, Ausrüster, Plattformen und Onlinemarktplätze.

### Pressekontakt

Christoph Blase

Bundesverband Onlinehandel e.V. (BVOH) c/o. Publiplikator GmbH

Königstr. 3 | 14163 Berlin

Telefon 030-200 898-31 | Telefax 030-200 898-99 | Mobil 0151-1165 3994

eMail [presse@bvoh.de](mailto:presse@bvoh.de)