

Online- Seminar Kartellrecht Universität Erfurt, SS 2020

„Vertikalvereinbarungen im Wettbewerbsrecht“

Vorbemerkung

Das Seminar befasst sich mit Vertikalvereinbarungen und deren wettbewerbsrechtliche Behandlung. Der Schwerpunkt wird auf Vertriebsvereinbarungen liegen. Die wettbewerbsrechtliche Betrachtung und Bewertung umfasst regelmäßig die Maßgaben des AEUV und des GWB, soweit die Themenstellung nichts anderes vorgibt.

Die Rechtsprechungs- und sonstigen Quellenhinweise sind nicht abschließend und dienen lediglich dazu, die Annäherung an die Themenstellung zu erleichtern. Selbstverständlich ist auch die hierzu bestehende Literatur, neben der gängigen Kommentarliteratur zu konsultieren.

In diesem Jahr hat der Virus Sars-CoV-2 die Abläufe durcheinander gebracht. Das Seminar findet entgegen ursprünglicher Planung nur digital statt. Der Kurs ist in moodle abgebildet. Sie können sich dort einschreiben. Alle weiteren Informationen finden Sie dort.

Folgende Themen stehen zur Auswahl, jedes Thema kann höchstens zweimal vergeben werden. Eine doppelte Themenvergabe kommt allerdings erst in Betracht, wenn alle Themen einmal vergeben wurden. Fragen können gern an nadja.kaeding@fu-berlin.de gerichtet werden.

Folgende Themen stehen zur Auswahl:

I. Allgemeine Fragen zu Vertikalvereinbarungen

1. Vertikalvereinbarungen zur Absatzmittlung – Überblick und Abgrenzung.
2. Wettbewerbsrechtliche Bewertung der Verschränkung von Horizontal- und Vertikalvereinbarungen.
3. Wettbewerbsrechtliche Behandlung von Nebenabreden in Vertikalvereinbarungen.
4. Vertikalvereinbarungen und Marktmachtmissbrauch.
5. Vertikale Preisbindung: Stütze oder Schranke für den Wettbewerb?
6. Konzerneigener Vertrieb – Auswirkungen auf den Wettbewerb?
7. Vertikalvereinbarungen und Immaterialgüterrechte – ein Überblick über zulässige und unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen.

II. Spezielle Fragestellungen

II.1 Klassische Vertriebsmodelle und Online-Handel

8. Online-/Versand-Handel als selbständige Vertriebsform?
9. Wettbewerbsrechtlich zulässige Strategien zur Abgrenzung/Ausgrenzung des Online-Handels.
10. Wettbewerbsrechtliche Vor- und Nachteile von Internetplattformen als Vertriebsinstrument.
11. Franchise-Systeme und Online-Handel – Gefahren, Möglichkeiten und wettbewerbsrechtliche Grenzen.
12. Die Rechtsprechung von EuGH und BGH zum Verhältnis von Internet-Vertrieb und Selektivvertrieb – Fallgruppen.

II. 2 Einzelfragen

13. Wettbewerbsrechtliche Bewertung von Strategien zur Eindämmung des Parallelhandels (mit Arzneimitteln).
14. Pay-for-Delay-Vereinbarungen im Europäischen Wettbewerbsrecht.
15. Konzerninterner Vertrieb und Erschöpfung von Schutzrechten als wettbewerbsrechtliches Problem.