



BOEHMERT & BOEHMERT
ANWALTSSOZIELTÄT

Möglichkeiten und Grenzen markenrechtlicher Exklusivlizenzen aus der Sicht des Kartellrechts

GRUR-Jahrestagung 2016 - München, 14. Oktober 2016

Prof. Dr. Jan Bernd Nordemann, LL.M.,
Rechtsanwalt in Berlin, Honorarprofessor an der Humboldt-Universität zu Berlin,
Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz

BOEHMERT & BOEHMERT

Übersicht

- I. Ausgangspunkt: Immaterialgüterrechte und Kartellrecht**
- II. Markenrechte und ihr spezifischer Schutzgegenstand**
- III. Markenlizenzverträge und Kartellrecht**
 - 1. Geografisch ausschließliche Markenlizenzen
 - 2. Sachlich ausschließliche Markenlizenzen
 - 3. Andere Beschränkungen zum Schutz von Markenfunktionen in Markenlizenzen
 - 4. Wettbewerbsverbote, Nichtangriffsabreden und Markenlizenzen
 - 5. Vertikale Preisbindung und Markenlizenzen

I. Ausgangspunkt: Immateriälgüterrechte und Kartellrecht

I. Ausgangspunkt: Immateriälgüterrechte und Kartellrecht

- Immateriälgüterrechte:
 - Gewähren ausschließliche Rechte und damit grundsätzlichen Schutz vor imitierendem (statischem) Wettbewerb
 - Können den substitutiven (dynamischen) Wettbewerb fördern
- Also: Ausschließlichkeitsrechte sind **nicht Ausnahme vom Wettbewerb**, sondern sein **Mittel**, das **auf substitutiven** statt auf imitierenden **Wettbewerb verweist**.

I. Ausgangspunkt: Immateriälgüterrechte und Kartellrecht

- Folge:
 - Immateriälgüterrechtsschutz und Kartellrecht stehen in einem **Spannungsverhältnis** im Hinblick auf die Beschränkung imitierenden Produktwettbewerbs
 - Immateriälgüterrechtsschutz **führt aber zu einer Stärkung der dynamischen Wettbewerbsfunktionen**, insbesondere der Innovation
 - **Komplementarität** mit Einschränkungen beim Imitationswettbewerb

I. Ausgangspunkt: Immaterialgüterrechte und Kartellrecht

- Wie löst sich das diffizile Verhältnis zwischen Kartellrecht und Immaterialgüterrechten auf?
- Heute h.M.: **Umfassende Interessenabwägung**
 - Gerechter **Ausgleich zwischen Wettbewerbsfreiheit und Immaterialgüterrechtsschutz** durch umfassende Interessenabwägung
 - Faustformel: **Je enger die wettbewerbsbeschränkende Regelung mit dem Inhalt des Schutzrechts verbunden ist, desto weniger Rechtfertigungsaufwand bedarf es, um die Regelung als kartellrechtlich unbedenklich einzustufen**

I. Ausgangspunkt: Immateriälgüterrechte und Kartellrecht

- EuGH GRUR 2012, 156 Tz. 105-106 – *Football Association Premier League und Murphy* (dort zur Dienstleistungsfreiheit)

„Jedoch darf eine solche Beschränkung ... nicht über das hinausgehen, was erforderlich ist, um das Ziel des Schutzes des fraglichen geistigen Eigentums zu erreichen. ...

*Dabei ist zu berücksichtigen, dass Ausnahmen ... nur zugelassen werden können, soweit sie zur Wahrung der Rechte gerechtfertigt sind, die **den spezifischen Gegenstand des betreffenden geistigen Eigentums** ausmachen“*

I. Ausgangspunkt: Immaterialgüterrechte und Kartellrecht

**Konsequenzen für die Anwendung des Kartellverbotes gem. Art. 101
AEUV, §§ 11 ff. GWB:**

I. Ausgangspunkt: Immateriälgüterrechte und Kartellrecht

Konsequenzen für die Anwendung des Kartellverbotes gem. Art. 101 AEUV, §§ 11 ff. GWB:

- Beim Verbot von wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarungen gem. Art. 101 AEUV (bzw. § 1 GWB) **führt die Interessenabwägung** – wenn sich das Immaterialgüterrecht durchsetzt – zu einer **Tatbestandsreduktion des Art. 101 Abs. 1 AEUV** (§ 1 GWB)
- **Freistellung nach Art. 101 Abs. 3 AEUV** (§ 2 GWB) prüfen

II. Markenrechte und ihr spezifischer Schutzgegenstand

II. Markenrechte und ihr spezifischer Schutzgegenstand

- MarkenG gewährt Markenschutz für Zeichen, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (§ 3 MarkenG)
-> Registrierung erforderlich; Ausnahme: es besteht Verkehrsgeltung oder notorische Bekanntheit als Marke (§ 4 MarkenG)
- EU-weiter Markenschutz für Marken bei Registrierung durch die UnionsmarkenVO (UMV)

II. Markenrechte und ihr spezifischer Schutzgegenstand

- **Ausschließlicher Schutzgegenstand des Markenrechts** maßgeblich durch Markenfunktionen geprägt:
 - **Herkunftsfunktion**
 - **Qualitätsfunktion**
 - **Werbefunktion (auch Investmentfunktion)**
- **Erzielen einer angemessenen Vergütung bei Lizenzierung**

II. Markenrechte und ihr spezifischer Schutzgegenstand

- OLG Frankfurt, 02.07.2013, 11 U 4/12 – *Kalksteinprodukte*, juris Tz. 34 f.

*Dieser **spezifische Schutzgegenstand** bestimmt sich anhand der **Funktion der Marke**. Die Hauptfunktion einer Marke liegt zum einen darin, dem Verbraucher die Identität des Waren- oder Dienstleistungsursprungs zu garantieren (**Herkunftsfunktion**) und zu gewährleisten, dass alle gekennzeichneten Erzeugnisse unter der Kontrolle eines einzigen Unternehmens hergestellt werden, das auch für ihre Qualität verantwortlich gemacht werden kann (**Qualitätsfunktion**). Daneben wird heute weitgehend auch die **Werbe- und Kommunikationsfunktion** der Marke anerkannt, d.h. der Schutz der Marke aufgrund ihrer Werbewirksamkeit unabhängig davon, ob der Kunde über Herkunft und Qualität getäuscht wird. Schutzgut ist daher neben der Unterscheidungskraft einer Marke auch deren „Suggestiv- und Attraktionskraft“ bzw. das „Markenimage“.*

III. Markenlizenzverträge und Kartellrecht

III. Markenlizenzverträge und Kartellrecht

- **Prüfungsreihenfolge Art. 101 AEUV, §§ 1, 2 GWB:**
 - 1. EU-Gruppenfreistellungsverordnung („GVO“) einschlägig?
 - Art. 101 Abs. 3 AEUV, § 2 Abs. 2 GWB
 - 2. Tatbestandsreduktion des Kartellverbots bei der Prüfung der Wettbewerbsbeschränkung?
 - Art. 101 Abs. 1 AEUV, § 1 GWB
 - 3. Spürbarkeit der Wettbewerbsbeschränkung (und Vorliegen sonstiger Tatbestandsmerkmale)?
 - Art. 101 Abs. 1 AEUV, § 1 GWB
 - 4. Einzel-Freistellung?
 - Art. 101 Abs. 3 AEUV, § 2 Abs. 1 GWB (§ 3 GWB)

III. Markenlizenzverträge und Kartellrecht

- **Markenlizenzen sind nicht grundsätzlich durch eine GVO gruppenfreigestellt**

III. Markenlizenzverträge und Kartellrecht

- Markenlizenzen sind nicht grundsätzlich durch eine GVO gruppenfreigestellt
- 1. Ausnahme: Art. 2 Abs. 3 GVO Technologietransfer
 - Eine Markenlizenz im Rahmen einer Technologietransfervereinbarung ist freigestellt, sofern sich die Markenlizenz unmittelbar auf die Produktion oder den Verkauf der Vertragsprodukte bezieht
 - Freistellung soll **Markenlizenzen privilegieren**, die dem Lizenznehmer ermöglichen, die lizenzierten Technologierechte besser zu verwerten

III. Markenlizenzverträge und Kartellrecht

- Markenlizenzen sind nicht grundsätzlich durch eine GVO gruppenfreigestellt
- 2. Ausnahme: GVO Vertikal
 - Wenn Markenlizenz sich unmittelbar auf Nutzung, Verkauf oder Weiterverkauf von Waren und Dienstleistungen bezieht und **nicht den Hauptgegenstand der Vereinbarung** darstellt (Art. 2 Abs. 3 GVO Vertikal)

III. Markenlizenzverträge und Kartellrecht

- **Greifen Ausnahmefälle nicht**, für jeden Einzelfall nach der **Lehre vom spezifischen Schutzgegenstand** eine **Interessenabwägung** zwischen dem spezifischen Schutzgegenstand des Markenrechts und wettbewerbsbeschränkenden Wirkungen andererseits
 - Jede Art von Beschränkungen, die erforderlich -> **Tatbestandsreduktion des Art. 101 AUV, § 1 GWB**
 - Für Beschränkungen, die zwar tatbestandsmäßig, aber **zumindest in Zusammenhang mit dem spezifischen Schutzgegenstand** stehen, dürfte im Regelfall eine bezweckte Wettbewerbsbeschränkung ausscheiden = Spürbarkeit zu untersuchen

III. Markenlizenzverträge und Kartellrecht

- **Lizenzverträge:** Zeitlich begrenzte Überlassung der Nutzungsmöglichkeiten von Markenrechten
- **Einfache Lizenzen:**
 - Sind **kartellrechtlich unbedenklich**, weil zusätzlicher Wettbewerb entsteht
- **Ausschließliche Lizenzen:**
 - Ausschließlichkeit bzgl. **bestimmten sachlichen Teil** des Markenrechts und/oder **bestimmten räumlichen Teil** des Markenrechts

III. Markenlizenzverträge

1. Geografisch ausschließliche Markenlizenzen

- **Geografisch ausschließliche Lizenzen**
 - **Besonderes Spannungsverhältnis zum EU-Kartellrecht**
 - Ermöglichen territoriale Aufspaltung des Binnenmarktes und **laufen damit der marktintegrativen Zielrichtung des Art. 101 AEUV zuwider**
 - Differenzierte Lösung durch das EU-Kartellrecht

III. Markenlizenzverträge

1. Geografisch ausschließliche Markenlizenzen

- **Geografisch ausschließliche Lizenzen im Regelfall kartellrechtlich unbedenklich**
- Gebietsausschließlichkeit gewährleistet **Herkunfts- sowie Qualitätsfunktion**, gehört insoweit zum **spezifischen Schutzgegenstand des Markenrechts** und ist mit dinglicher Wirkung abspaltbar
- Keine Wettbewerbsbeschränkung gem. Art. 101 Abs. 1 AEUV, § 1 GWB
- A.A. teilweise die ältere Praxis der Europäischen Kommission, z.B. 1990 - *Mousehead/Whitbread*

III. Markenlizenzverträge und Kartellrecht

- OLG Frankfurt, 17.04.2007, 11 U 5/06 – *Harry Potter*

„Vor allem aber gestattet Art. 22 Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 40/94 vom 20. 12.1993 über die Gemeinschaftsmarke explizit die auf einen Teil der Gemeinschaft beschränkte Lizenzierung der Gemeinschaftsmarke. Dies belegt, dass weder die Kommission, auf deren Vorschlag die Verordnung erlassen wurde, noch die übrigen am Gesetzgebungsverfahren beteiligten Organe der Gemeinschaft Bedenken gegen eine auf einzelne EU-Staaten begrenzte Lizenzierung von Markenrechten haben.“

III. Markenlizenzverträge

1. Geografisch ausschließliche Markenlizenzen

- **Aber: Erschöpfungswirkung**
- Sobald ein mit einer Marke versehenes Produkt mit Zustimmung des Markeninhabers **in Verkehr gelangt** ist, ist das **Markenrecht (innerhalb EU und Gebiet des EWR) erschöpft**
- -> mit der Marke gekennzeichnetes Produkt kann ohne gebietsmäßige Beschränkung zirkulieren

III. Markenlizenzverträge

1. Geografisch ausschließliche Markenlizenzen

- Vereinbarung eines **absoluten Gebietsschutzes** auch für Fälle, in denen die Erschöpfung den Gebietsschutz aufhebt, **verletzt Art. 101 Abs. 1 AEUV und § 1 GWB**
- Allenfalls wenn Gebietsschutz entsprechend den Leitgedanken aus **Art. 4 GVO Vertikal gelockert vereinbart** wird, kommt eine Freistellung in Betracht

III. Markenlizenzverträge

1. Geografisch ausschließliche Markenlizenzen

- Erschöpfung: Wann ist Inverkehrbringen gegeben?
- Kein Inverkehrbringen bei Abgabe von Waren in gebundenen Vertriebssystemen?
 - Konsequenz: Untreue Vertriebshändler würden bei Verletzung der Gebietsabsprache Markenverletzung begehen
 - Streitig; siehe BGH – *Parfümtester* und EuGH - *Coty Prestige/Simex Trading*
- Vgl. Art. 4 Vertikal-GVO

III. Markenlizenzverträge

1. Geografisch ausschließliche Markenlizenzen

- **Beachte: Grundsätzlich keine Erschöpfung bei unkörperlichen Verwertungen** von Markenrechten
- *Beispiel*

III. Markenlizenzverträge

2. Sachlich ausschließliche Markenlizenzen

- **Sachliche ausschließliche Markenlizenzen** im Regelfall kartellrechtlich unbedenklich
- **Herkunfts- und Qualitätsfunktion erfordern jedoch zwingend solche Beschränkungsmöglichkeiten!**

III. Markenlizenzverträge

3. Andere Beschränkungen zum Schutz von Markenfunktionen in Markenlizenzen

- Ebenfalls kartellrechtlich **privilegiert**, wenn notwendig, um Markenfunktionen zu **gewährleisten**:
 - **Sublizenz- und Übertragungsverbote** (Markenqualität)
 - **Festlegung** des Lizenznehmers auf einen bestimmten **Produktionsbetrieb** (Markenqualität)
 - **Vorgaben** im Zusammenhang mit der **Qualitätssicherung** einschließlich Kontrollrechten
 - **Ausübungspflichten**
 - **Vorgaben für Werbung und Verpackung**

III. Markenlizenzverträge

4. Wettbewerbsverbote, Nichtangriffsabreden und Markenlizenzen

- **Nicht** durch den spezifischen Schutzgegenstand des Markenrechts **privilegiert:**
 - Wettbewerbsverbote für den Lizenznehmer, **Waren oder Dienstleistungen von Konkurrenten des Lizenzgebers nicht zu vertreiben**

III. Markenlizenzverträge

4. Wettbewerbsverbote, Nichtangriffsabreden und Markenlizenzen

- **Nicht** durch den spezifischen Schutzgegenstand des Markenrechts privilegiert:
 - **Nichtangriffsvereinbarungen**
 - Absolute Schutzhindernisse
 - Relative Schutzhindernisse
 - Spürbarkeit

III. Markenlizenzverträge

4. Wettbewerbsverbote, Nichtangriffsabreden und Markenlizenzen

- Zu **Nichtangriffsverpflichtungen** siehe auch **Art. 5 GVO**
Technologietransfer

III. Markenlizenzverträge

5. Vertikale Preisbindung und Markenlizenzen

- **Vertikale Preisbindungen** grundsätzlich **nicht** durch den spezifischen Schutzgegenstand des Markenrechts **privilegiert**

III. Markenlizenzverträge

5. Vertikale Preisbindung und Markenlizenzen

- **Vertikale Preisbindungen** grundsätzlich **nicht** durch den spezifischen Schutzgegenstand des Markenrechts **privilegiert**
- **Einzelfreistellung** nach Art. 101 Abs. 3 AEUV denkbar für Verbot der Verramschung von Markenwaren = gebundener Mindestpreis
- Europäische Kommission 1992 – *Givenchy*:
 - *„Es liegt in der Tat im Interesse der Verbraucher von Luxuskosmetika, dass das Luxusimage solcher Produkte, ohne dass sie nicht mehr als Luxusprodukte angesehen würden, nicht beeinträchtigt wird“.*
- EuGH 1977 - *Metro/SABA*:
 - Im Rahmen von Art. 101 Abs. 1 AEUV legitim, dass der Markenartikelhersteller die Aufrechterhaltung eines „*gewissen Preisniveaus*“ anstrebe.

III. Markenlizenzverträge

5. Vertikale Preisbindung und Markenlizenzen

- Aber enge Voraussetzungen nach Art. 101 Abs. 3 AEUV für **Einzelfreistellung**
 - Effizienzgewinn: Schutz der Marke vor Rufschädigung durch Verramschung
 - Verbraucherbeteiligung: Erhaltung von Qualitäts- und Werbefunktion; Möglichkeit für gewerbliche Abnehmer, höhere Margen mit dem Markenprodukt erzielen zu können.
 - Unerlässlichkeit: Sehr streng zu prüfen; nur wenn keine andere Maßnahme denkbar, die Marke vor Rufschädigung zu bewahren
 - Kein Ausschluss des Wettbewerbs: Ruf muss so schützenswert sein, dass eine Preisbindung als Kernbeschränkung des Wettbewerb angemessenen – daher wohl nur bekannte Marken von hohem Wert; nur bei hinreichend intensivem externen Preiswettbewerb mit anderen Produkten.
-

III. Markenlizenzverträge

5. Vertikale Preisbindung und Markenlizenzen

- **Vertikale Preisbindungen** grundsätzlich **nicht** durch den spezifischen Schutzgegenstand des Markenrechts **privilegiert**
- Verpflichtungen zur **Zahlung von Lizenzgebühren**
 - Grundsätzlich **keine kartellrechtlichen Bedenken**

III. Markenlizenzverträge

5. Vertikale Preisbindung und Markenlizenzen

- OLG Hamburg, 12.12.2013, 3 U 38/11 – *FC St. Pauli II*, juris Tz. 405:

Die Vergütungsregelung des § 5.1 MMV, insbesondere die Höhe der Vergütung, ist kartellrechtlich unbedenklich. Die Verpflichtung zur Zahlung von Lizenzgebühren ist grundsätzlich kartellrechtlich neutral (...). Sie stellt ebenso wenig eine Verwendungsbeschränkung gemäß § 16 Nr. 1 GWB a.F. (vertikal) oder eine Wettbewerbsbeschränkung gemäß § 1 GWB dar, wie die Verpflichtung zur Zahlung eines Kaufpreises als Gegenleistung für den Anspruch auf Übertragung einer Sache. Insoweit unerheblich ist auch die Höhe der Lizenzgebühren (...).

III. Markenlizenzverträge

5. Vertikale Preisbindung und Markenlizenzen

- Verpflichtungen zur **Zahlung von Lizenzgebühren** (Forts.)
 - **Mindestlizenzgebühren** und **Lizenzgebühren**, die sich am **Absatzerfolg** des Lizenznehmers orientieren, sind grds. **kartellrechtlich neutral** und bewirken insbes. **keine kartellrechtlich unzulässige Einengung der Preissetzungsfreiheit**

Zusammenfassung und Thesen

- Zwischen Kartellrecht und Immaterialgüterrechten besteht ein Spanungsverhältnis, das über eine Interessenabwägung zu lösen ist.

Zusammenfassung und Thesen

- Zwischen Kartellrecht und Immaterialgüterrechten besteht ein Spanungsverhältnis, das über eine Interessenabwägung zu lösen ist.
- Der spezifische Schutzgegenstand des Immaterialgüterrechts wiegt so schwer, dass er Wettbewerbsbeschränkungen im Regelfall rechtfertigt.

Zusammenfassung und Thesen

- Zwischen Kartellrecht und Immaterialgüterrechten besteht ein Spanungsverhältnis, das über eine Interessenabwägung zu lösen ist.
- Der spezifische Schutzgegenstand des Immaterialgüterrechts wiegt so schwer, dass er Wettbewerbsbeschränkungen im Regelfall rechtfertigt.
- Der spezifische Schutzgegenstand von Markenrechten wird gebildet aus
 - dem ausschließlichen Anspruch des Markeninhabers, Herkunftsfunktion, Qualitätsfunktion und Werbefunktion gewährleisten zu können,

Zusammenfassung und Thesen

- Zwischen Kartellrecht und Immaterialgüterrechten besteht ein Spanungsverhältnis, das über eine Interessenabwägung zu lösen ist.
- Der spezifische Schutzgegenstand des Immaterialgüterrechts wiegt so schwer, dass er Wettbewerbsbeschränkungen im Regelfall rechtfertigt.
- Der spezifische Schutzgegenstand von Markenrechten wird gebildet aus
 - dem ausschließlichen Anspruch des Markeninhabers, Herkunftsfunktion, Qualitätsfunktion und Werbefunktion gewährleisten zu können,
 - sowie dem Erzielen einer angemessenen Vergütung bei Lizenzierung.

Zusammenfassung und Thesen

- Alle Wettbewerbsbeschränkungen in Markenlizenzverträgen, die sich aus diesen Funktionen rechtfertigen lassen, sind im Regelfall gem. Art. 101 AEUV, § 1 GWB kartellrechtsfest.

Zusammenfassung und Thesen

- Alle Wettbewerbsbeschränkungen in Markenlizenzverträgen, die sich aus diesen Funktionen rechtfertigen lassen, sind im Regelfall gem. Art. 101 AEUV, § 1 GWB kartellrechtsfest.
 - Geografisch ausschließliche Markenlizenzen sind im Regelfall kartellrechtsfest; aber nach Erschöpfung gilt keine kartellrechtliche Privilegierung mehr.

Zusammenfassung und Thesen

- Alle Wettbewerbsbeschränkungen in Markenlizenzverträgen, die sich aus diesen Funktionen rechtfertigen lassen, sind im Regelfall gem. Art. 101 AEUV, § 1 GWB kartellrechtsfest.
 - Geografisch ausschließliche Markenlizenzen sind im Regelfall kartellrechtsfest; aber nach Erschöpfung gilt keine kartellrechtliche Privilegierung mehr.
 - Sachlich ausschließliche Markenlizenzen sind im Regelfall kartellrechtsfest.

Zusammenfassung und Thesen

- Alle Wettbewerbsbeschränkungen in Markenlizenzverträgen, die sich aus diesen Funktionen rechtfertigen lassen, sind im Regelfall gem. Art. 101 AEUV, § 1 GWB kartellrechtsfest.
 - Geografisch ausschließliche Markenlizenzen sind im Regelfall kartellrechtsfest; aber nach Erschöpfung gilt keine kartellrechtliche Privilegierung mehr.
 - Sachlich ausschließliche Markenlizenzen sind im Regelfall kartellrechtsfest.
 - Auch sonstige Regelungen zur Sicherung der Markenqualität (z.B. Sublizenz- und Übertragungsverbote; Festlegung des Lizenznehmers auf einen bestimmten Produktionsbetrieb) sind im Regelfall kartellrechtsfest.

Zusammenfassung und Thesen

- Wettbewerbsverbote und Nichtangriffsabreden sind in Markenlizenzverträgen nicht kartellrechtlich privilegiert, sondern unterliegen den üblichen kartellrechtlichen Bestimmungen.

Zusammenfassung und Thesen

- Wettbewerbsverbote und Nichtangriffsabreden sind in Markenlizenzverträgen nicht kartellrechtlich privilegiert, sondern unterliegen den üblichen kartellrechtlichen Bestimmungen.
- Markenlizenzen rechtfertigen grundsätzlich keine vertikale (oder gar horizontale) Preisbindung.

Zusammenfassung und Thesen

- Wettbewerbsverbote und Nichtangriffsabreden sind in Markenlizenzverträgen nicht kartellrechtlich privilegiert, sondern unterliegen den üblichen kartellrechtlichen Bestimmungen.
- Markenlizenzen rechtfertigen grundsätzlich keine vertikale (oder gar horizontale) Preisbindung. Ausnahmsweise kann bei bekannten Marken mit wertvollem Ruf vertikal ein Mindestpreisniveau zum Schutz vor Verramschung vorgegeben werden, wenn das unerlässlich ist und außerdem hinreichend intensiver Wettbewerb mit anderen Produkten besteht

Zusammenfassung und Thesen

- Wettbewerbsverbote und Nichtangriffsabreden sind in Markenlizenzverträgen nicht kartellrechtlich privilegiert, sondern unterliegen den üblichen kartellrechtlichen Bestimmungen.
- Markenlizenzen rechtfertigen grundsätzlich keine vertikale (oder gar horizontale) Preisbindung. Ausnahmsweise kann bei bekannten Marken mit wertvollem Ruf vertikal ein Mindestpreisniveau zum Schutz vor Verramschung vorgegeben werden, wenn das unerlässlich ist und außerdem hinreichend intensiver Wettbewerb mit anderen Produkten besteht
- Vereinbarungen zur Zahlung von Lizenzgebühren sind im Regelfall kartellrechtsfest, auch wenn sie ein gewisses Mindestniveau des Endverkaufspreises bedingen.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.

Prof. Dr. Jan Bernd Nordemann, LL.M.

BOEHMERT & BOEHMERT
Anwaltspartnerschaft mbB – Patentanwälte, Rechtsanwälte
Kurfürstendamm 185
D-10707 Berlin

Tel.: + 49 – 30 – 23 60 767 - 71

Fax: + 49 – 30 – 23 60 767 - 21

j.nordemann@boehmert.de

www.boehmert.de

BOEHMERT & BOEHMERT