Newsletter, 27. Oktober 2026

Höchststrafe statt Höchstrabatt: Italienische AGCM sanktioniert Online-Preiskontrolle und Marktplatzverbote

Die italienische Wettbewerbsbehörde zieht im Fall „Morellato“ Grenzen für Marktplatzverbote und Online-Preisüberwachung im Selektivvertrieb

In der Entscheidung *Morellato* bebußte die italienische Wettbewerbsbehörde *Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato* („AGCM“) im März 2026 neben einem „Klassiker“ des Vertriebskartellrechts erstmals ein Marktplatzverbot außerhalb des Freistellungsrahmens der Vertikal-GVO[1]: Der italienische Schmuck- und Uhrenhersteller Morellato verpflichtete seine Händler in Italien in einem selektiven Vertriebssystem zur Einhaltung von Höchstrabatten und verbot diesen den Vertrieb über Plattformen wie Amazon und Zalando, die Morellato selbst als Absatzkanal nutzte. Die Praktiken, die von einem algorithmischen Preisüberwachungssystem flankiert waren, führten zu einem Bußgeld von rund EUR 25 Mio. gegen den Hersteller.

Hintergrund

Der italienische Hersteller Morellato vertreibt Uhren und Schmuck im erschwinglichen bis mittleren Preissegment über ein selektives Vertriebssystem, in dem autorisierte Händler nach festgelegten Kriterien ausgewählt werden. Während Morellato seine Produkte über Online-Marktplätze Dritter wie Amazon oder Zalando im Direktvertrieb absetzte und Amazon über eine Vendor-Vereinbarung zugleich als Händler nutzte, enthielten ab 2018 verwendete Vertriebsverträge eine Klausel, die autorisierten Händlern einen Vertrieb über Marktplätze untersagte.

Nach einem anonymen Whistleblower-Hinweis auf das Marktplatzverbot leitete die AGCM im März 2025 ein Verfahren gegen Morellato ein. Im Zuge der umfangreichen Ermittlungen stieß die Behörde zusätzlich auf ein von Morellato verwendetes Höchstrabatt- und Sanktionssystem: Der Hersteller legte über eine sogenannte „Internet-Richtlinie“ fest, welche Höchstrabatte seine Händler online gewähren durften. Abweichungen wurden mit einer breiten Palette an Vergeltungsmaßnahmen bis hin zu Kontensperrungen und Lieferstopps geahndet.

Zur Ermittlung von Verstößen gegen die Internet-Richtlinie sowie das Marktplatzverbot setzte Morellato eine externe Web-Scraping-Software namens „*Competitoor*“ ein. Die Software lieferte Morellato detaillierte Berichte über die online angebotenen Weiterverkaufspreise seiner Händler und deren Abweichung von den Höchstrabatten der Internet-Richtlinie.

Vertikale Preisbindung und der Einsatz von Preisüberwachungssoftware

Die AGCM qualifizierte das von Morellato praktizierte System aus Höchstrabatten, algorithmischer Überwachung und Sanktionsmechanismen als bezweckte Wettbewerbsbeschränkung und Kernbeschränkung nach Art. 4 lit. a) Vertikal-GVO. Die wettbewerbswidrige Zielsetzung des Scraping-Tools „*Competitoor*“ ergab sich für die Behörde bereits aus dessen Dienstleistungsvertrag, der als Leistungsgegenstand einen „Markenplan zur täglichen Überwachung des Vertriebsnetzes und zur Meldung von Preisen, die die festgelegten Schwellenwerte überschreiten“ vorsah.

Interne Dokumente belegten, dass Morellato sich der wettbewerbswidrigen Kombination der eingesetzten Maßnahmen bewusst war: In einer – nicht dem Legal Privilege[2] unterfallenden – internen E-Mail aus der Rechtsabteilung zur Kündigung eines Händlervertrags hieß es sinngemäß, man könne den Vertrag wegen der Amazon-Verkäufe des Händlers nicht kündigen, weil man in der Korrespondenz selbst auf die Rabatt-Richtlinien Bezug genommen habe – und das Verhalten somit gegen die Vorschriften zum Preisbindungsverbot verstoße.

Morellatos Rechtfertigung, der Einsatz der Überwachungssoftware sei zur Ermittlung von Produktfälschungen in Online-Shops erforderlich, wies die Behörde klar zurück: Die Software

[1] Verordnung (EU) 2022/720.

[2] Zum Legal Privilege siehe: COMMEO Newsletter 2/25.

habe niemals die Qualität der Produkte untersucht, sondern ausschließlich Preise und Abweichungen von der Internet-Richtlinie erfasst.

Marktplatzverbot im selektiven Vertrieb

Da aufgrund der Kernbeschränkung in Form der vertikalen Preisbindung die Vertriebsvereinbarung Morellatos nicht mehr dem Schutzschirm der Vertikal-GVO unterfiel, prüfte die AGCM das von Morellato für sein selektives Vertriebssystem verwendete Plattformverbot unmittelbar nach Art. 101 AEUV. Die Behörde berücksichtigte hierbei die – ausdrücklich nur für Plattformverbote außerhalb des Anwendungsbereichs der Vertikal-GVO geltenden – Ausführungen der EU-Kommission in Rn. 338 ff. Vertikal-Leitlinien[3]: Da Morellato selbst Online-Marktplätze Dritter nutzte und Amazon auch als Händler einsetzte, war das Marktplatzverbot nach Ansicht der AGCM im Selektivvertrieb weder notwendig noch angemessen, um zu überprüfen, ob der Online-Marktplatz den Voraussetzungen entspricht, die seine zugelassenen Händler für den Verkauf der Vertragswaren erfüllen müssen.

Im Zuge der Ermittlungen untersuchte die AGCM dabei detailliert die Bedeutung des Online-Handels sowie die Verwendung von Online-Marktplätzen auf den relevanten Produktmärkten: Eine Händlerbefragung ergab, dass Marktplätze von 64 % aller online verkaufenden Juweliere genutzt wurden und rund 47 % des gesamten Online-Umsatzes ausmachten. Die Behörde sah hierdurch die überragende Bedeutung Amazons für den Online-Handel bestätigt, was sich auch an der Einstufung als *Core Platform Service* nach dem DMA zeige.

Vor diesem Hintergrund bewertete die AGCM das Marktplatzverbot als Verbot des Zugangs zu einem für den Online-Vertrieb zentralen Kanal. Die diskriminierende Anwendung des Marktplatzverbots in Verbindung mit dem Einsatz der Überwachungssoftware, die Verstöße gegen das Marktplatzverbot sofort meldete, sowie entsprechenden Sanktionsmaßnahmen stellten nach Ansicht der Behörde eine Beschränkung des markeninternen Wettbewerbs unter Verstoß gegen Art. 101 AEUV dar.

Kommentar

Die Entscheidung der italienischen Behörde zeigt fast lehrbuchartig die Gefahren der aktuellen Formen von Preisbindung auf: Ein „klassisches“ Verbot (in diesem Fall der Überschreitung eines Höchstrabattes) wird durch **Web-Scraping-Tools und Preismonitoring-Software** kontrolliert und dann in Form typischer Sanktionsmaßnahmen geahndet. Auch das deutsche Bundeskartellamt bebußte im vergangenen Jahr den Kopfhörer-Hersteller Sennheiser wegen vertikaler Preisbindung unter Einsatz einer speziellen Software zur Überwachung von Onlineangeboten seiner Händler.[4]

Die Entscheidung ist aber vor allem deshalb relevant, weil sie sich als eine der ersten mit den Grenzen des reformierten **Marktplatzverbotes** nach den Vertikal-Leitlinien auseinandersetzt und dabei zeigt, dass es auf die genauen Umstände ankommt: Während Marktplatzverbote auch innerhalb eines selektiven Vertriebssystems im Anwendungsbereich der Vertikal-GVO durchaus zulässig vereinbart werden können, stellen Marktplatzverbote außerhalb des Schutzschirms der Vertikal-GVO bei diskriminierender Anwendung regelmäßig eine Wettbewerbsbeschränkung dar. Dies gilt immer dann, wenn die Marktanteilsgrenzen der Vertikal-GVO überschritten oder die Freistellung, wie im Fall Morellato, aufgrund des Vorliegens einer Kernbeschränkung wegfällt, sodass das Marktplatzverbot streng am Maßstab des Art. 101 AEUV zu messen ist.

Die Entscheidung zeigt zudem einmal mehr, dass **vertikale Preisbindung weiterhin weit oben auf der Prioritätenliste der nationalen Wettbewerbsbehörden steht**. Erst Ende Juni verhängte das deutsche Bundeskartellamt ein Bußgeld in Höhe von knapp EUR 12 Mio. gegen Reifengroßhändler für vertikale Preisbindung durch Margengarantievereinbarungen und ein System der Preismoderation.[5]




Franziska Pricking **Dr. Stephanie Pautke**

COMMEO Rechtsanwälte PartGmbB
Schillerstraße 20, D-60313 Frankfurt am Main
www.commeo-law.com

COMMEO ist eine auf die Beratung im Kartellrecht spezialisierte Kanzlei in Frankfurt am Main. Als gewachsenes Team erfahrener Anwälte beraten wir nationale und internationale Mandanten in allen Fragen des deutschen und europäischen Kartellrechts.

Diese Veröffentlichung wurde ausschließlich zu Informationszwecken erstellt. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und stellt keine Rechtsberatung dar. Jegliche Haftung im Zusammenhang mit der Nutzung der Informationen sowie ihrer Richtigkeit wird ausgeschlossen.

[3] Leitlinien für vertikale Beschränkungen (2022/C 248/01).
[4] BKartA, Fallbericht, Az. B10-23/23 v. 12.6.2025.
[5] BKartA, Fallbericht, Az. B10-21/24 v. 8.7.2026.