



## **SELEKTIVVERTRIEB STÜTZT EFFIZIENTEN UND FAIREN BINNENMARKT FÜR HANDEL UND VERTRIEB**

---

Selektive Vertriebssysteme sind formal dadurch geprägt, dass der Hersteller aufgrund der Eigenart seines Produktes objektive Kriterien definiert, die seine Händler erfüllen müssen. Er verkauft nur an solche Händler, die diese Kriterien erfüllen und untersagt den Weiterverkauf an Händler, die dies nicht tun. In der Praxis kennzeichnen vor allem eine langjährige, intensive Zusammenarbeit und Aufgabenteilung zwischen Hersteller und (Fach-) Händler den Selektivvertrieb. So wirkt er zum Vorteil von Herstellern, Handel und nicht zuletzt der Verbraucher. Selektive Vertriebssysteme sind insbesondere in der Lage, Sorge zu tragen für

- Einen effizienten Ressourceneinsatz durch bessere Koordinierung zwischen Hersteller und Händler und Verringerung der Transaktions- und Distributionskosten;
- Leichtere Markteinführung eines neuen Produktes hoher Qualität ;
- Intensive Schulungen von Händlern zum Produkt und seiner Verwendung als Voraussetzung für eine effektive Beratung der Verbraucher und hochwertigen Kundendienst;

Dadurch erhalten Verbraucher Zugang zu einer attraktiven Auswahl an sicheren Produkten zu wettbewerbsfähigen Preisen. Beratung und Kundendienst gewährleisten, dass die Produkte auch tatsächlich seine Bedürfnisse befriedigt und sie gefahrlos eingesetzt werden können.

Die langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Händler wirkt einer Konzentration auf Hersteller- wie Händlerseite entgegen und eröffnet und sichert auch kleineren Anbietern und Händlern den Marktzutritt: Trotz intensiven Innovations- und Konditionenwettbewerbs zeichnen sich gerade die Segmente durch zahlreiche kleine Anbieter und Händler im Markt aus, die wie die Depotkosmetik durch selektive Vertriebssysteme geprägt sind. Eine zurückgehende Durchdringung eines Marktsegmentes mit selektiven Vertriebssystemen hingegen führt, wie etwa die Unterhaltungselektronik zeigt, zu einer verstärkten Konzentra-

tion sowohl auf Anbieter wie auf Herstellerseite. So stärken selektive Vertriebssysteme die Vielfalt im Markt und den Wettbewerb zwischen Marken.

Zugleich unterliegen selektive Vertriebssysteme strengen Regelungen gemäß der Gruppenfreistellungsverordnung für Vertikale Wettbewerbsbeschränkungen (GVO), den Leitlinien der EU-Kommission und umfangreicher Rechtsprechung der europäischen Gerichte. Diese regulatorischen Rahmenbedingungen gewährleisten den markeninternen Wettbewerbs.

Selektive Vertriebssysteme halten Marktzutritt verlässlich offen und schaffen Marktsegmente, die ohne sie nicht existierten. Sie leisten einen wesentlichen Beitrag zu einem effizienten und fairen Handels- und Vertriebsbinnenmarkt für Verbraucher, Händler und Lieferanten.

Berlin, den 21.01.2011

gez. Dr. Andreas Gayk