

Übungen im Handels- und Wirtschaftsrecht

Fall 6: Wettbewerbsrecht

Prof. Dr. Simon Schlauri, Rechtsanwalt

Sachverhalt

- Banken V, W und X sowie Zahlungsverkehrsdienstleisterinnen Y und Z betreiben «Twint»
- Apple und Samsung betreiben Apple Pay und Samsung Pay. Sie versuchen vergeblich, in den Markt einzudringen. Apple erreicht nur 15% der Kreditkarteninhaber.
- Banken V-Z «beschliessen», nicht mit Apple zusammenzuarbeiten
- Apple schliesst andere von der Nutzung ihres «NFC»-Systems aus. Apple Pay schiebt sich bei der Nutzung vor andere Anwendungen.

Fragen

1. Risikoanalyse für Bank V
2. Möglichkeiten zur Risikominderung?
3. Rechtsmittel gegen Hausdurchsuchungen?
4. Auswirkungen des Verhaltens von Apple auf Beurteilung von Frage 1?
5. Auswirkungen des Verhaltens von Samsung?

Persönlicher Geltungsbereich

Art. 2 Abs. 1 und 1^{bis} KG

¹Das Gesetz gilt für Unternehmen des privaten und des öffentlichen Rechts, die Kartell- oder andere Wettbewerbsabreden treffen, Marktmacht ausüben oder sich an Unternehmenszusammenschlüssen beteiligen.

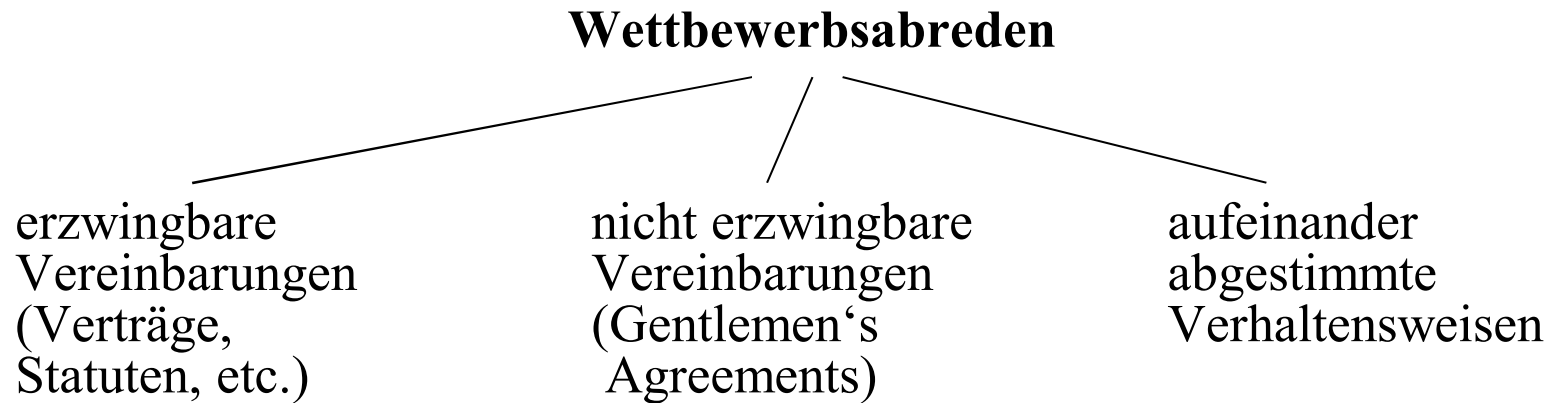
^{1bis}Als Unternehmen gelten sämtliche Nachfrager oder Anbieter von Gütern und Dienstleistungen im Wirtschaftsprozess, unabhängig von ihrer Rechts- oder Organisationsform.

Sachlicher Geltungsbereich

Art. 2 Abs. 1 KG

¹Das Gesetz gilt für Unternehmen des privaten und des öffentlichen Rechts, die Kartell- oder andere **Wettbewerbsabreden** treffen, **Marktmacht** ausüben oder sich an **Unternehmenszusammenschlüssen** beteiligen.

Wettbewerbsabreden



- => Bewusstes und gewolltes Zusammenwirken**
- => Zwischen gleichen und verschiedenen Marktstufen**
- => Wettbewerbsbeschränkung bezweckt oder bewirkt**

Art. 5 Abs. 1 KG

¹Abreden, die den Wettbewerb auf einem Markt für bestimmte Waren oder Leistungen erheblich beeinträchtigen und sich nicht durch Gründe der wirtschaftlichen Effizienz rechtfertigen lassen, sowie Abreden, die zur Beseitigung wirksamen Wettbewerbs führen, sind unzulässig.

Sachliche Marktabgrenzung

Der sachlich relevante Markt umfasst alle Waren oder Leistungen, die von der Marktgegenseite in Hinsicht auf ihre Eigenschaften und ihren vorgesehenen Verwendungszweck als *substituierbar* angesehen werden.

Art. 5 Abs. 1 KG

¹Abreden, die den Wettbewerb auf einem Markt für bestimmte Waren oder Leistungen erheblich beeinträchtigen und sich nicht durch Gründe der wirtschaftlichen Effizienz rechtfertigen lassen, sowie Abreden, die zur Beseitigung wirksamen Wettbewerbs führen, sind unzulässig.

Art. 5 Abs. 3 KG

³Die Beseitigung wirksamen Wettbewerbs wird bei folgenden Abreden vermutet, sofern sie zwischen Unternehmen getroffen werden, die tatsächlich oder der Möglichkeit nach miteinander im Wettbewerb stehen:

- a. Abreden über die direkte oder indirekte Festsetzung von Preisen;
- b. Abreden über die Einschränkung von Produktions-, Bezugs- oder Liefermengen;
- c. Abreden über die Aufteilung von Märkten nach Gebieten oder Geschäftspartnern.

Art. 5 Abs. 4 KG

⁴Die Beseitigung wirksamen Wettbewerbs wird auch vermutet bei Abreden zwischen Unternehmen verschiedener Marktstufen über Mindest- oder Festpreise sowie bei Abreden in Vertriebsverträgen über die Zuweisung von Gebieten, soweit Verkäufe in diese durch gebietsfremde Vertriebspartner ausgeschlossen werden.

Art. 5 Abs. 1 KG

¹Abreden, die den Wettbewerb auf einem Markt für bestimmte Waren oder Leistungen erheblich beeinträchtigen und sich nicht durch Gründe der wirtschaftlichen Effizienz rechtfertigen lassen, sowie Abreden, die zur Beseitigung wirksamen Wettbewerbs führen, sind unzulässig.

Art. 5 Abs. 2 Bst. a KG

²Wettbewerbsabreden sind durch Gründe der wirtschaftlichen Effizienz gerechtfertigt, wenn sie:

a. notwendig sind, um die Herstellungs- oder Vertriebskosten zu senken, Produkte oder Produktionsverfahren zu verbessern, die Forschung oder die Verbreitung von technischem oder beruflichem Wissen zu fördern oder um Ressourcen rationeller zu nutzen; und (...)

Art. 5 Abs. 2 Bst. a KG

²Wettbewerbsabreden sind durch Gründe der wirtschaftlichen Effizienz gerechtfertigt, wenn sie:

a. notwendig sind, um die Herstellungs- oder Vertriebskosten zu senken, Produkte oder Produktionsverfahren zu verbessern, die Forschung oder die Verbreitung von technischem oder beruflichem Wissen zu fördern oder um Ressourcen rationeller zu nutzen; und (...)