

TaylorWessing

Die Entwürfe der neuen Vertikal-GVO, Vertikal-Leitlinien sowie die öffentliche Konsultation

23.02.2022 | Stephan Manuel Nagel, LL.M.; Dr. Marco Hartmann-Rüppel; Dr. Benedikt Rohrßen

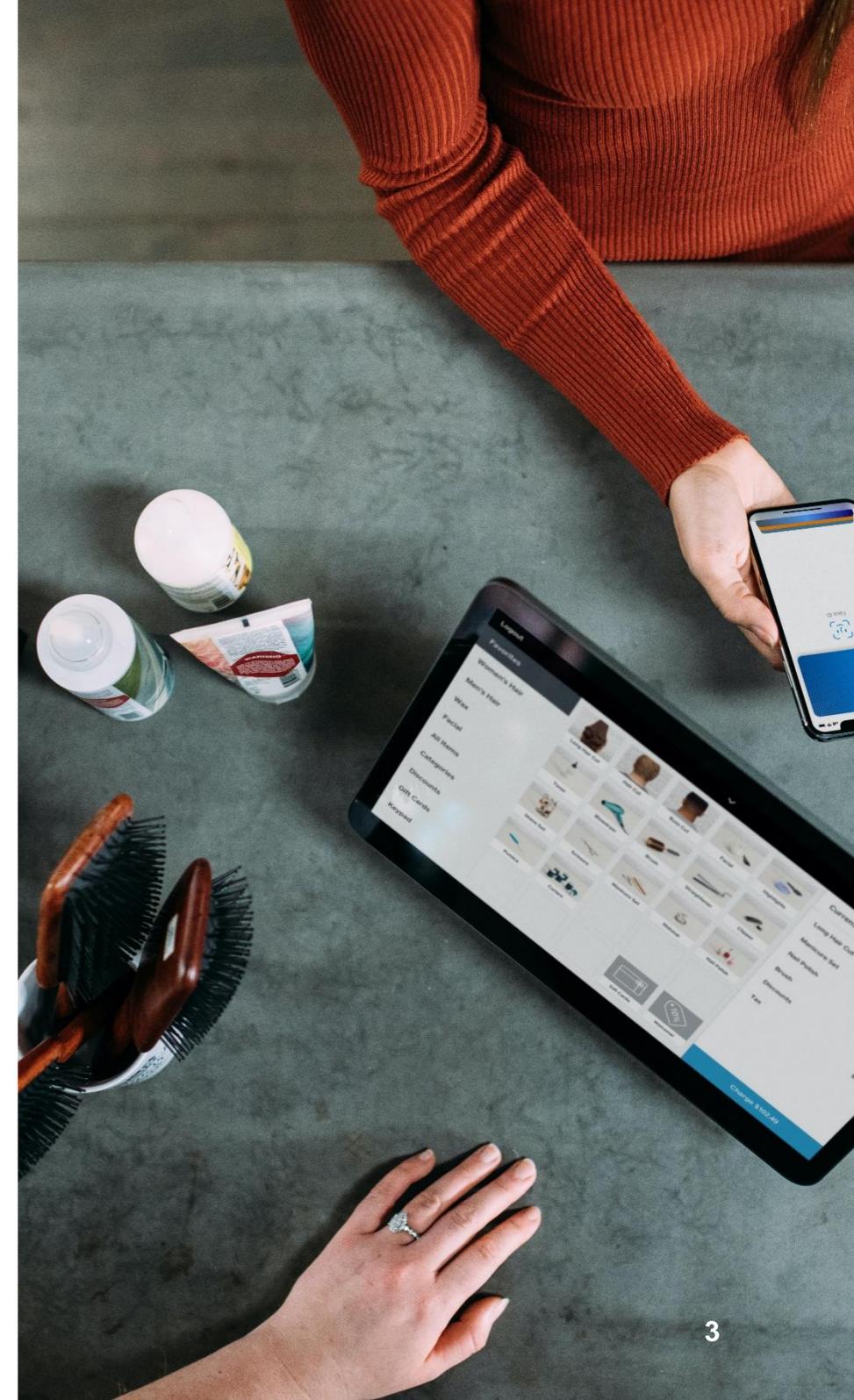
Reform der Vertikal-GVO – aktueller Stand

- Bisherige Vertikal-GVO VO/EU Nr. 330/2010 läuft am **31. Mai 2022** aus.
- Die Europäische Kommission hat **Anfang Juli 2021** einen Entwurf einer neuen Vertikal-GVO und von Vertikal-Leitlinien vorgelegt.
- Die Ergebnisse der öffentlichen Konsultation wurden im **Dezember 2021** veröffentlicht.
- Als Reaktion hat die Kommission einen Entwurf von Leitlinien für den Informationsaustausch im dualen Vertrieb veröffentlicht. Die Frist für diesbezügliche Stellungnahmen endete am **18. Februar 2022**.
- Die Entwürfe von Vertikal-GVO und Vertikal-Leitlinien sind noch nicht final. Es kann bis zum Inkrafttreten am **1. Juni 2022** noch zu Änderungen kommen.
- Die neue Vertikal-GVO und die Vertikal-Leitlinien bezwecken insbesondere eine Anpassung an die Entwicklung der digitalen Wirtschaft.



Gegenstand Webinar

- Vergleich der **wesentlichen Änderungen** der Entwürfe von Vertikal-GVO und Vertikal-Leitlinien mit der derzeitigen Rechtslage.
- Überblick über eine **Auswahl wesentlicher Ergebnisse der öffentlichen Konsultation**, einschließlich der **Konsultation zum Informationsaustausch im dualen Vertrieb**.



1. Dualer Vertrieb (1)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none">▪ Vertikal-GVO grundsätzlich nicht auf Wettbewerber anwendbar. Allerdings Anwendbarkeit auf nicht gegenseitige vertikale Vereinbarungen, wenn Anbieter sowohl Hersteller als auch Händler und Abnehmer nur Händler ist.	<ul style="list-style-type: none">▪ Anwendbarkeit auf nicht gegenseitige vertikale Vereinbarungen, wenn Anbieter Hersteller, Großhändler oder Importeur und (Einzel)händler, Abnehmer aber nur (Einzel)händler ist.
<ul style="list-style-type: none">▪ Anwendbarkeit auf dualen Vertrieb, wenn sowohl Anbieter auf Angebotsmarkt als auch Abnehmer auf Beschaffungsmarkt nicht mehr als 30 % Marktanteil.	<ul style="list-style-type: none">▪ Klarstellung, dass generell keine Anwendbarkeit auf bezweckte Wettbewerbsbeschränkungen im dualen Vertrieb (einschließlich bezweckte Wettbewerbsbeschränkungen durch Informationsaustausch).▪ Keine Anwendbarkeit auf hybride Online-Plattformen, die sowohl Onlinevermittlungsdienste als auch die Waren / Dienstleistungen der sie nutzenden Händler verkaufen.▪ Anwendbarkeit auf dualen Vertrieb, wenn gemeinsame Marktanteile auf Handelsmarkt nicht mehr als 10 %.▪ Wenn Marktanteil zwischen 10 und 30 %, keine Anwendbarkeit auf Informationsaustausch.

1. Dualer Vertrieb (2)

Bislang	Entwurf
	<p>Ergebnisse Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Viel Kritik an der Ausnahme für hybride Plattformen sowie Fragen nach genauer Abgrenzung etwa zu offenen Herstellerplattformen.▪ Doppelte Marktanteilschwelle von 10 und 30 % wohl aufgegeben.▪ Anstelle dessen Regelung, dass nur Austausch solcher Informationen nicht gruppenfreigestellt ist, der für Verbesserung der Produktion oder Verteilung von Waren oder Dienstleistungen nicht erforderlich ist. <p>Hierzu Entwurf Leitlinien Informationsaustausch:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Gruppenfreigestellter Informationsaustausch: Technische Informationen, lieferbezogene Informationen (Produktion, Lager, Verkaufsmengen, Rückgaben); aggregierte Kundeninformationen; aktuelle Weiterverkaufspreise des Abnehmers sowie UVP oder Höchstverkaufspreise, solange sie nicht für Preisbindung zweiter Hand oder Mindestpreisvorgaben genutzt werden;

1. Dualer Vertrieb (3)

Bislang	Entwurf
	<p>Marketing-Informationen, einschl. Informationen zu Werbekampagnen; leistungsbezogene Informationen, einschl. aggregierter Informationen betreffend die Marketing- und Verkaufsaktivitäten anderer Abnehmer; Verkaufsmengen und Umsätze mit den Vertragsprodukten im Vergleich zu konkurrierenden Produkten.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Nicht gruppenfreigestellter Informationsaustausch: Informationen über künftige Weiterverkaufspreise (Ausnahme möglich); kundenspezifische Verkaufsdaten (Ausnahme möglich); Informationen betreffend konkurrierende Eigenmarkenprodukte des Händler.▪ Im Übrigen können Bedenken betreffend horizontalen Informationsaustausch durch Aggregation, verzögerte Weitergabe der Informationen oder Ring-Fencing ausgeräumt werden.

2. Online-Vertrieb (1)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none">▪ Doppelpreissysteme unzulässige Kernbeschränkungen: Anbieter konnte Abgabepreise nicht davon abhängig machen, ob Waren online oder offline durch den Abnehmer vertrieben wurden.	<ul style="list-style-type: none">▪ Doppelpreissysteme sollen keine Kernbeschränkungen mehr sein.▪ Voraussetzung: Anreize für Investitionen in Vertriebskanal durch Preisunterschied schaffen / belohnen.▪ Grenze: Verhinderung der wirksamen Nutzung des Internets für den Online-Verkauf. <p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Generell Zustimmung, aber Kritik insbesondere im Hinblick auf die Kalkulation der Schaffung / Belohnung von Investitionsanreizen durch Preisunterschiede => Klarstellung gefordert▪ Forderung nach Konkretisierung der Einschränkung „keine Verhinderung der wirksamen Nutzung des Internets für den Online-Verkauf“.

2. Online-Vertrieb (2)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none">▪ Gemäß dem sog. Äquivalenzprinzip mussten Anforderungen an Online-Vertrieb zwar nicht identisch, aber gleichwertig zu den Anforderungen an den stationären Vertrieb sein.	<ul style="list-style-type: none">▪ Das Äquivalenzprinzip wird abgeschafft.▪ Grenze: Verhinderung der wirksamen Nutzung des Internets für den Online-Verkauf / bestimmter Arten von Online-Werbekanälen.
	<p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Größtenteils Zustimmung.▪ Forderung nach Konkretisierung der Einschränkung „keine Verhinderung der wirksamen Nutzung des Internets für den Online-Verkauf / bestimmter Arten von Online-Werbekanälen“.

2. Online-Vertrieb (3)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none">▪ Coty-Urteil des EuGH: Verbote der Nutzung von Online-Marktplätzen fallen unter die Vertikal-GVO, solange sie nicht in Kombination mit zusätzlichen Beschränkungen des Online-Vertriebs zur Unauffindbarkeit des Händlers im Internet führen.	<ul style="list-style-type: none">▪ Angeblich Übernahme der Coty-Rechtsprechung:<ul style="list-style-type: none">▪ Unterscheidung zwischen Online-Vertriebskanälen und Online-Werbekanälen.▪ Unter die Vertikal-GVO fallen Marktplatzverbote / Verbote der Nutzung einer bestimmten Art von Online-Vertriebskanälen.▪ Nicht unter die Vertikal-GVO fällt das Verbot der Nutzung bestimmter <u>Arten von</u> Online-Werbekanäle wie bspw. Preisvergleichs- oder Suchmaschinen.▪ Verbot der Nutzung einer <u>bestimmten</u> Preisvergleichs-/Suchmaschine kann hingegen gruppenfreigestellt sein. Der Anbieter darf Qualitätsanforderungen an die Online-Werbekanäle / Preisvergleichsmaschinen stellen.▪ <u>Grenze stets:</u> Verhinderung der wirksamen Nutzung des Internets für den Online-Verkauf / bestimmter Arten von Online-Werbekanälen.

2. Online-Vertrieb (4)

Bislang	Entwurf
	<p>Ergebnis der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Geteiltes Echo.▪ Teilweise Forderung nach Klarstellung, ob Verbot von Online-Marktplätzen nur für Luxusprodukte gruppenfreigestellt ist.

3. Online Vermittlungs-/Handelsplattformen (1)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none">▪ Unklar, ob Vermittlungs- und Handelsplattformen im Verhältnis zu den sie nutzenden Händlern echte Handelsvertreter sind und daher das sog. Handelsvertreterprivileg anwendbar ist (Ausnahme für Weisungen des Prinzipals betreffend Gebiete, Kundengruppen, Preise und Konditionen gegenüber dem Handelsvertreter vom Kartellverbot, da Prinzipal wirtschaftliche Risiken trägt).	<ul style="list-style-type: none">▪ Klarstellung, dass Vermittlungs- und Handelsplattformen unabhängig davon keine echten Handelsvertreter sind, ob sie selbst an der Transaktion gegenüber den Kunden beteiligt sind oder nicht.
	<p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Viel Kritik: Unklar, in welchem Verhältnis (zum Händler einerseits und zum Verbraucher andererseits) bzw. im Hinblick auf welche Leistungen (Plattformdienste oder Warenverkauf) die Plattformen „Anbieter“ sein sollen oder nicht; Forderungen nach differenzierter Betrachtung und gegen Sonderregelung für Online-Plattformen.

3. Online Vermittlungs-/Handelsplattformen (2)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none">▪ Bestpreisklauseln (bzw. Preisparitätsklauseln) bspw. von Hotelreservierungsplattformen fallen grundsätzlich unter die Vertikal-GVO.	<ul style="list-style-type: none">▪ Unterscheidung zwischen weiten und engen Bestpreisklauseln:<ul style="list-style-type: none">▪ Weite Bestpreisklauseln verpflichten Anbieter, ihre Waren/Dienstleistungen auch auf Dritt-Plattformen nicht günstiger anzubieten.▪ Enge Bestpreisklauseln verpflichten Anbieter, nur auf ihrem eigenen Webshop die Waren/Dienstleistungen nicht günstiger anzubieten.▪ Künftig sollen enge Bestpreisklauseln in den Anwendungsbereich der Vertikal-GVO fallen, weite hingegen nicht. <p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Gemischte Reaktionen, im Ergebnis aber wohl Zustimmung, dass weite Bestpreisklauseln nicht gruppenfreigestellt werden.

4. Selektiver Vertrieb (1)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none">▪ Unklar, inwieweit Alleinvertrieb und selektiver Vertrieb kombiniert werden dürfen.▪ Insbesondere fraglich, ob einem Alleinvertriebshändler aus einem Gebiet der passive Verkauf an nicht zugelassene Händler in einem anderen Gebiet mit Selektivvertrieb untersagt werden durfte.▪ Zudem fraglich, ob zugelassenen Händlern im selektiven Vertrieb der aktive Verkauf an Endverbraucher im Alleinvertriebsgebiet eines anderen Händlers untersagt werden durfte.	<ul style="list-style-type: none">▪ Klarstellungen zum Verhältnis von selektivem und Alleinvertrieb:▪ Kombination von selektivem und Alleinvertrieb im selben räumlichen Gebiet unzulässige Kernbeschränkung.▪ Dem Alleinvertriebshändler in einem Gebiet dürfen aktive und passive Verkäufe an nicht zugelassene Händler in einem anderen Gebiet mit Selektivvertrieb untersagt werden.▪ Den zugelassenen Händlern im Selektivvertriebsgebiet darf der aktive Verkauf an Kunden in einem Alleinvertriebsgebiet untersagt werden.
	<p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Teilweise Forderung, rechtliche Durchsetzungsmechanismen von Verkaufsverboten zum Schutz selektiver Vertriebssysteme einzuführen => Vertikal-GVO aber wohl falscher Ort hierfür

4. Selektiver Vertrieb (2)

Bislang	Entwurf
	<ul style="list-style-type: none">▪ Zudem teilweise Forderung, Kombinationen von exklusivem Vertrieb auf Großhandelsebene und Selektivvertrieb auf Einzelhandelsebene im gleichen Gebiet gruppenfreizustellen.▪ Für Selektivsysteme außerhalb der Vertikal-GVO, die nach den sog. Metro-Kriterien zu beurteilen sind, Bitte um Klarstellung, welche Produkte erfasst sein können (nur Produkte mit hoher Qualität, Hightech- oder Luxus-Produkte oder aber alle Produkte? Produkte mit hoher Markenattraktivität?)▪ Nachhaltigkeitskriterien als qualitative Auswahlkriterien des selektiven Vertriebs?

5. Alleinvertrieb

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alleinvertriebsgebiet/-kundengruppe musste dem Anbieter oder einem einzigen Annehmer exklusiv zugewiesen sein. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alleinvertriebsgebiet/-kundengruppe kann auch mehreren Händlern zugewiesen sein. Anzahl wird nicht näher definiert und bestimmt sich nach dem Erfordernis der Amortisierung von Investitionen der Händler unter Berücksichtigung der Größe des Vertriebsgebiets und der Kundengruppe. <p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gemischte Reaktionen, u.a. Kritik, dass Bestimmung der Anzahl der Exklusivvertriebshändler und der Rechtsfolgen bei Überschreitung unklar seien.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchreichung des Verbots aktiver Verkäufe in andere Gebiete / Kundengruppen vom Alleinvertriebshändler an dessen Kunden unzulässig. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchreichung nunmehr zulässig, wenn Kunden des Abnehmers entsprechende Vereinbarungen mit dem Anbieter oder dessen Abnehmern getroffen haben.

6. Sonstige wesentliche Änderungen (1)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none">▪ Gleichzeitige Tätigkeit eines Unternehmens als Händler und Handelsvertreter auf demselben Markt hat grundsätzlich das Handelsvertreterprivileg ausgeschlossen.	<ul style="list-style-type: none">▪ Künftig bleibt Handelsvertreterprivileg erhalten, wenn (i) es sich um unterschiedliche Produkte handelt, die aufgrund verschiedener Funktionalitäten/Merkmale voneinander abgegrenzt werden können, (ii) auf den Vertriebsmittler kein Zwang ausgeübt wurde, in das Handelsvertreterverhältnis einzutreten, und (iii) sämtliche wirtschaftlichen Risiken im Zusammenhang mit der Handelsvertretertätigkeit durch den Auftraggeber übernommen werden. <p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Wichtiges Thema, kontrovers diskutiert. Im Ergebnis Bitte um mehr Guidance.

6. Sonstige wesentliche Änderungen (2)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none">▪ Bislang keine Gruppenfreistellung von Wettbewerbsverboten / Bezugsverpflichtungen > 80%, wenn automatische Verlängerung im Falle einer Nichtkündigung über eine Laufzeit von fünf Jahren hinaus.	<ul style="list-style-type: none">▪ Künftig Freistellung bei automatischer Verlängerung, sofern Abnehmer mit angemessener Kündigungsfrist und Kosten das Vertragsverhältnis (oder das Wettbewerbsverbot) beenden kann.
	<p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Breite Zustimmung, allerdings Forderung nach Klarstellung „angemessene Kündigungsfrist und Kosten“.

6. Sonstige wesentliche Änderungen (3)

Bislang	Entwurf
<ul style="list-style-type: none"> Keine ausdrückliche Regelung zu Mindestwerbe-preisen, also Vorgaben des Anbieters, mit welchen Preisen mindestens Produkte beworben werden dürfen. Ggf. sogar Kernbeschränkung. 	<ul style="list-style-type: none"> Vorgabe von Mindestwerbe-preisen fällt unter die Vertikal-GVO, wenn Anbieter (i) den Abnehmer nicht dafür bestraft, dass er unter den Mindestwerbe-preisen verkauft, (ii) nicht dem Abnehmer vorschreibt, keine Rabatte zu gewähren und (iii) den Abnehmer nicht daran hindert, mitzuteilen, dass der tatsächliche Preis vom beworbenen Mindestpreis abweichen könnte.
<ul style="list-style-type: none"> Fulfilment: Bezeichnet Situationen, in denen Endkunde und Hersteller unmittelbar den Preis ausgehandelt haben. Bislang unklar, ob Preisbindung der zweiten Hand, wenn ein Händler zur Erfüllung zwischengeschaltet wird. 	<p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none"> Gemischt, Hersteller befürwortend, Händler ablehnend. <ul style="list-style-type: none"> Klarstellung: Keine Preisbindung der zweiten Hand, wenn der Endkunde auch auf das Recht verzichtet hat, den Händler zu wählen, der die Vereinbarung ausführen soll. <p>Ergebnisse der Konsultation:</p> <ul style="list-style-type: none"> Größtenteils befürwortend, teilweise ablehnende Haltung von nationalen Wettbewerbsbehörden.

7. What's Next?

- Neue Vertikal-GVO und Vertikal-Leitlinien treten erst **am 1. Juni 2022** in Kraft, bis dahin Änderungen möglich.
- Entwicklungen genau beobachten.
- Sobald finale Fassungen feststehen, wird es ein **weiteres Webinar** geben.
- **Übergangszeitraum für Altverträge** nach jetzigem Stand **ein Jahr**.
- Chancen nutzen / Risiken vermeiden: Altverträge ggf. anpassen; Neuverträge kartellrechtskonform gestalten.
- Auch außerhalb der Vertikal-GVO in vielen Fällen Freistellung möglich; Einzelfallprüfung immer sinnvoll.
- Der Teufel steckt oft im Detail.



Unsere Expertise: Kartellrecht

Das Kartellrecht spielt im Tagesgeschäft von Unternehmen eine immer größere Rolle. Verstöße gegen das Kartellrecht können zu erheblichen Geldbußen und Schadenersatzansprüchen führen, während wichtige Transaktionen von der Fusionskontrolle abhängen.

Darüber hinaus sorgt die **Digitalisierung** für einen Umbruch in der Wirtschaft und stellt die Anwendung des Kartellrechts vor neue Herausforderungen – von Big Data, M2M-Kommunikation und Blockchain bis hin zu Preisfindungsalgorithmen. Aber auch die Digitalisierung von Rechtsdienstleistungen, etwa durch den Einsatz von LegalTech, nimmt zu.

Unser Team von Spezialisten steht Ihnen auf nationaler und internationaler Ebene bei der Bewältigung kartellrechtlicher Herausforderungen zur Seite. Wir beraten sowohl zu einzelnen Themen als auch zur Entwicklung und Umsetzung kompletter Strategien. Die Realisierung Ihrer Unternehmensziele hat für uns oberste Priorität. Neben unserer starken juristischen Expertise und unseren umfassenden Branchenkenntnissen legen wir großen Wert auf unsere technischen Fähigkeiten, um mit den digitalen Anforderungen unserer Mandanten Schritt zu halten.

Unsere Expertise im Bereich Kartellrecht umfasst u.a.:

- Vertriebskartellrecht und kartellrechtskonforme Vertragsgestaltung
- Kooperationen
- Kartellrecht in der digitalen Wirtschaft
- Competition Compliance
- IP-bezogenes Kartellrecht
- Kartell- und Missbrauchsverfahren
- Kartellzivilverfahren, insbesondere Kartellschadenersatzklagen
- Weltweit Fusionskontrolle
- Transaktionskartellrecht
- F&E-bezogenes Kartellrecht
- Sektoruntersuchungen



„Das Team von Taylor Wessing ist responsiv, professionell und bietet gute Zusammenarbeit.“

Legal 500, 2021



„Sehr hohe Verfügbarkeit. Durchdachte Lösungen und sehr strukturiertes Vorgehen.“

Legal 500, 2021



„Hohe Fachkompetenz, sehr pragmat.“, Wettbewerber

JUVE, 2020



„(...) Taylor Wessing berät umfassend zum Kartellrecht und setzt Schwerpunkte auf die Bereiche digitale Wirtschaft, Medien, Automotive, Energie und maritime Wirtschaft.“

Legal 500, 2019

Taylor Wessing Standorte weltweit

Wir verbinden praxisnahe Beratung und fundiertes Branchen-Know-how mit internationaler Erfahrung und Kenntnis der lokalen Märkte.

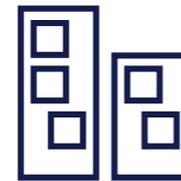


* Repräsentanzen

** Assoziierte Büros



1100+
Anwälte



29
Büros



16
Länder

Belgien	▪ Brüssel
China	▪ Hongkong ▪ Peking* ▪ Shanghai*
Deutschland	▪ Berlin ▪ Düsseldorf ▪ Frankfurt ▪ Hamburg ▪ München
Frankreich	▪ Paris
Großbritannien	▪ Cambridge ▪ Liverpool ▪ London ▪ London Tech City
Irland	▪ Dublin
Niederlande	▪ Amsterdam ▪ Eindhoven
Österreich	▪ Wien ▪ Klagenfurt*
Polen	▪ Warschau
Slowakei	▪ Bratislava
Südkorea	▪ Seoul**
Tschechische Republik	▪ Prag ▪ Brunn*
Ukraine	▪ Kiew
Ungarn	▪ Budapest
USA	▪ Silicon Valley* ▪ New York*
VAE	▪ Dubai

* Repräsentanzen

** Assoziierte Büros

Branchen und Rechtsgebiete

Branchen

- Aerospace & Defence
- Automotive & Mobility
- Business & Professional Services
- Chemicals
- Consumer Goods & Retail
- Real Estate, Infrastructure & Energy
- Financial Institutions & Insurance
- Hotels & Leisure
- Life Sciences & Healthcare
- Logistik & Transport
- Fertigungsindustrie
- Private Wealth
- Public Services & Education
- Technology, Media & Communications

Taylor-made

Wir verbinden das Beste aus lokalem Geschäfts-, Branchen- und Kulturwissen mit internationaler Erfahrung.



Rechtsgebiete

- Bank- & Finanzrecht
- Handels- & Vertriebsrecht
- Copyright & Media Law
- Gesellschaftsrecht/ M&A & Kapitalmärkte
- Disputes & Investigations
- Umwelt, Planung & Regulierung
- Multi-service
- Private Client
- Projects, Energy & Infrastructure
- Restrukturierung & Insolvenzrecht
- Marken & Werbung
- Competition, EU & Trade
- Corporate Crime & Compliance
- Datenschutz & Cybersicherheit
- Employment, Pensions & Mobility
- Informationstechnologie
- Patents Technology & Life Sciences
- Private Equity
- Immobilienrecht
- Steuerrecht

Ihr Ansprechpartner

Stephan Manuel Nagel berät Mandanten im deutschen und europäischen Kartellrecht mit umfassender Expertise. Grenzüberschreitende Unternehmenszusammenschlüsse und behördliche Kartellverfahren sowie Kartellschadensersatz sind ebenso Bestandteil seines Portfolios wie kartellrechtliche Compliance, interne Audits, Vertriebs- und Vertragskartellrecht sowie Kooperationen von Unternehmen. Er vertritt Mandanten in Verfahren vor dem Bundeskartellamt, der Europäischen Kommission und vor Gericht. Die erfolgreiche Führung von Großprojekten und seine Beratungstätigkeiten in Europa und Asien sind Teil seiner fachlichen Kompetenz und Bandbreite. In kartellrechtlichen Fragen für die Digitalwirtschaft ist er ein ausgewiesener Experte. Weitere seiner Branchenschwerpunkte sind Handel, innovative Industrien, Werbung und Medien.

Manuel Nagel studierte Rechtswissenschaften an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn. Sein erstes Staatsexamen legte er 2004 ab. 2005 wurde ihm vom Europäischen Hochschulinstitut, Florenz, der LL.M. in vergleichenden, europäischen und internationalen Rechtswissenschaften verliehen. Während seines Referendariats absolvierte er u. a. Stationen beim Bundeskartellamt und beim ersten Kartellsenat des OLG Düsseldorf. Nach seinem zweiten Staatsexamen war er von 2009 bis 2015 als Rechtsanwalt im Bereich Kartellrecht bei Freshfields Bruckhaus Deringer in Köln tätig. Seit 2015 leitet er als Partner die Kartellrechtspraxis von Taylor Wessing in Düsseldorf.

Manuel Nagel veröffentlicht regelmäßig Beiträge und hält Vorträge zu kartellrechtlichen Themen. Er betreibt den kartellrechtlichen Podcast Competition Cast. Manuel Nagel kommentiert die Technologietransfer-Gruppenfreistellungsverordnung im Münchener Kommentar zum Europäischen und Deutschen Wettbewerbsrecht.

Sprachen

- Deutsch, Englisch, Französisch



Oft empfohlener Anwalt für Kartellrecht, [JUVE 2021/2022](#)

„Schnell, pragmatisch, unkompliziert, angenehm“, Mitbewerber, [JUVE 2021/2022](#)

„Stephan Manuel Nagel und sein Team sind sehr kompetent, besonders im Zusammenhang mit Plattformökonomie und dem Technologiesektor.“, [Legal 500 2021](#)

„Hohe Fachkompetenz, sehr pragmat.“, Wettbewerber, [JUVE 2020/2021](#)

Ausgezeichnet als „Next Generation Lawyer“ im Bereich Kartellrecht, [Legal 500 2019, 2020 & 2021](#)

Ausgezeichnet als Bester Anwalt Kartellrecht, [Handelsblatt 2020, 2021](#)

Geführt in der Liste der renommiertesten Kartellrechtler, [Wirtschaftswoche 2019, 2021](#)

„Ihn loben Mandanten u. Wettbewerber für seine Genauigkeit, Branchenexpertise, Zuverlässigkeit u. Effizienz“, [JUVE 2017](#)

„Mit dem aufstrebenden Partner Manuel Nagel, der sich im Patent- u. Kartellrecht engagiert, hat TW zudem wichtige Bereiche wie die digitale Wirtschaft u. die Energiebranche im Blick“, [JUVE 2017/2018](#)



Stephan Manuel Nagel, LL.M. (EUI)

Partner
Düsseldorf

+49 211 8387-450
s.nagel@taylorwessing.com

Beratungsschwerpunkte

- Competition, EU & Trade
- Compliance



Ihr Ansprechpartner

Marco Hartmann-Rüppel leitet die internationale und deutsche TW Practice Group Competition, EU & Trade. Er verfügt über annähernd 25 Jahre Erfahrung in der Beratung und Problemlösung in allen Bereichen des deutschen und europäischen Wettbewerbsrechts.

Als Volkswirt und Kartellrechtler hat er ein tiefes Verständnis für die wirtschaftlichen Bedürfnisse der Mandanten und weiß, wie er diese effizient und in enger Zusammenarbeit mit den Mandanten erfüllen kann.

Er berät und unterstützt umfassend im Kartellrecht, zu internationalen M&A-Transaktionen und Kooperationen mit komplexen Fusions- und Investitionskontrollverfahren ebenso bei der Vertretung in Kartellbußgeldverfahren vor den Wettbewerbsbehörden und bei gerichtlichen wie außergerichtlichen Kartellzivilstreitigkeiten. Sein Beratungsportfolio umfasst des Weiteren die Beratung bei der Strukturierung von traditionellen und digitalen Vertriebs- und Geschäftsmodellen sowie die Implementierung von Compliance-Programmen.

Marco Hartmann-Rüppel ist Lehrbeauftragter für Kartellrecht an der Humboldt Universität in Berlin. Er veröffentlicht regelmäßig Artikel und hält Vorträge zu verschiedenen Bereichen des Kartell- und Fusionskontrollrechts. Er ist stellvertretender Vorsitzender im Fachausschuss Kartellrecht der GRUR sowie Mitglied in der der Studienvereinigung Kartellrecht und dem Competition Litigation Forum.

Sprachen: Deutsch, Englisch, Niederländisch



Führender Anwalt für Kartellrecht, [Deutsches Institut für Rechtsabteilungen und Unternehmensjuristen \(diruj\)](#) – [Kanzleimonitor 2021/2022](#)

Hervorgehoben als „Best Lawyer“ für Kartell-/Wettbewerbsrecht, [Best Lawyers in Germany](#), [Handelsblatt 2018, 2019, 2020, 2021, 2022](#)

Gelistet als anerkannter Kartellrechtler, [Who's Who Legal Competition 2021](#)

Oft empfohlener Anwalt für Kartellrecht, [JUVE regelmäßig seit über 15 Jahren](#): „Größtes Engagement“ –

„Tiefe Kenntnis unseres Rechtsgebiets“ – „Präzise Auskünfte, sehr flexibel“ –

„Sehr kompetent und immer auf den Punkt“ – „Pragmatisch und wirtschaftlich denkend“ –

„Erfahren und gut vernetzt“ – „Sympathisch und fachlich hochkompetent“ –

„Erfahrener Partner, breite Expertise“



Dr. Marco Hartmann-Rüppel,
Dipl.-Volkswirt

Partner Head of Competition, EU & Trade
Hamburg / Brüssel

+49 40 36803-127
m.hartmann-rueppel@taylorwessing.com

Beratungsschwerpunkte

- Kartellrecht
- Fusionskontrolle / Investitionskontrolle
- EU-Recht
- Compliance

- Automotive & Mobility
- Life Sciences & Healthcare
- Technology, Media & Communications
- Sports & Gambling

Ihr Ansprechpartner

Benedikt Rohrßen ist Experte für **Handels- und Vertriebsrecht**. Er ist spezialisiert auf die **Gestaltung und Entwicklung von Vertriebssystemen** (E-Commerce, Handelsvertreter, Vertragshändler und Franchise / Lizenzen) und zählt zu den „leading franchise lawyers in Germany“ (Who’s Who Legal 2018-2021).

Praxisnah und pragmatisch begleitet er **internationale Unternehmen** entlang der **gesamten Vertriebskette** – von der Beschaffung und gesetzlichen Produkt-Compliance über die Markteinführung und den Vertrieb bis zum Rückruf ihrer Produkte. Benedikt Rohrßen engagiert sich auch als Herausgeberbeirat der Zeitschrift für Vertriebsrecht, Dozent für Commercial Law (Handels- und Vertriebs- sowie Vertriebskartellrecht) an der Munich Business School und Präsident der T.R.A.D.E. Commission der AIJA. Zudem unterstreichen zahlreiche Veröffentlichungen, Vorträge und Webinare, etwa zum Internet- oder Selektivvertrieb sowie zum Franchise, seine ausgewiesene Expertise im Vertriebsrecht.

Sprachen

- Deutsch, Englisch, Italienisch, Spanisch, Französisch



Benedikt Rohrßen at Taylor Wessing receives noteworthy endorsements from peers across the European market for his **impressive expertise with distribution systems**, [Who’s Who Legal 2021](#)

Mit der Arbeit für Franchisesysteme nimmt TW nun ein weiteres Beratungsfeld in Angriff, in dem sich v.a. Rohrßen erfolgreich engagiert. ...

Oft empfohlen: ... Dr. Benedikt Rohrßen („*sehr gut bei der Umsetzung aktueller Entwicklungen*“, *Wettbewerber*), [Juve 2020](#)

Best Lawyers: Franchise Law, [The Best Lawyers™ in Germany 2020](#)

Benedikt Rohrßen is “**one “of the leading franchise lawyers in Germany”**, compliant peers who note his work on franchise matters across a range of sectors **from automotive to retail**, [Who’s Who Legal 2020](#)

Benedikt Rohrßen at Taylor Wessing draws praise from international sources for his **excellent work in the franchise space**. He has experience advising national and international clients on **distribution and franchise systems**, [Who’s Who Legal 2019](#)

Among the **world’s leading franchise lawyers**, [Who’s Who Legal 2018](#)

„**Besonders hervorzuheben** ist die **Expertise des Italian Desks**, der von Benedikt Rohrßen betreut wird“, [Legal 500 2017](#)
[LEGAL 500 2017](#)



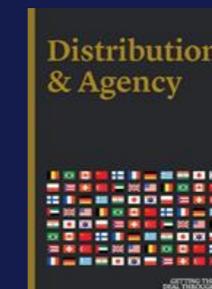
Dr. Benedikt Rohrßen

Partner
München

+49 89 21038-204
b.rohrssen@taylorwessing.com

Beratungsschwerpunkte

- Handels- & Vertriebsrecht
- Produkt-Compliance



TaylorWessing

Diese Informationen sind nicht als umfassende Darstellung gedacht und können eine individuelle Rechtsberatung nicht ersetzen.

Private and Confidential

[Europa](#) > [Mittlerer Osten](#) > [Asien](#)

taylorwessing.com

© Taylor Wessing 2022

Diese Publikation stellt keine Rechtsberatung dar. Die unter der Bezeichnung Taylor Wessing tätigen Einheiten handeln unter einem gemeinsamen Markennamen, sind jedoch rechtlich unabhängig voneinander; sie sind Mitglieder des Taylor Wessing Vereins bzw. mit einem solchen Mitglied verbunden. Der Taylor Wessing Verein selbst erbringt keine rechtlichen Dienstleistungen. Weiterführende Informationen sind in unserem Impressum unter taylorwessing.com/de/legal/regulatory-information zu finden.