

Themenplan

Das neue Kartellrecht (Vertikal-Paket) in der EU – Welche Chancen und Risiken ergeben sich hieraus für einen markenschützenden Vertrieb in der Modebranche?

1. EINLEITUNG – RELEVANZ DES NEUEN VERTIKAL-PAKETS

- 1.1. Status der Überarbeitung des Vertikal-Pakets
- 1.2. Abgrenzung Vertikal vs. Horizontal
- 1.3. Anwendungsbereich der Vertikal-GVO
- 1.4. Zusätzliche Relevanz der Vertikal-Leitlinien

2. PRIVILEGIERUNG DES DUALEN VERTRIEBS

- 2.1. Relevanz des dualen Vertriebs für die Lieferkette
- 2.2. Neue Anforderungen an den dualen Vertrieb
- 2.3. Speziell Informationsaustausch zwischen Industrie und Handel im dualen Vertrieb
- 2.4. Beispielsfälle

3. SPEZIELLE VERTRIEBSSYSTEME

- 3.1. Relevanz von Exklusiv- und Selektivvertriebssysteme
- 3.2. Arten von Selektivvertriebssystemen
- 3.3. Neue Regeln – Flexibilisierung und bessere Abstimmung der Systeme aufeinander
- 3.4. Beispielsfälle

4. VORGABEN AN HANDELSPARTNER – SCHUTZ DES MARKENIMAGES DURCH QUALITÄTSKRITERIEN, BESCHRÄNKUNGEN ETC.

- 4.1. Relevanz von (Qualitäts-)Anforderungen zum Schutz des Markenimages
- 4.2. Rechtsrahmen für (Qualitäts-)Anforderungen gegenüber Handelspartnern
- 4.3. Speziell Beschränkungen des Online-Vertriebs: Drittplattformverbote, Doppelpreissysteme, Äquivalenzprinzip etc.
- 4.4. Beispielsfälle

Fortsetzung Themenplan

Das neue Kartellrecht (Vertikal-Paket) in der EU – Welche Chancen und Risiken ergeben sich hieraus für einen markenschützenden Vertrieb in der Modebranche?

5. GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN MIT PLATTFORMBETREIBERN

- 5.1. Hintergrund für strengere Regeln
- 5.2. Einordnung von Plattformen im System des Vertikal-Pakets – insb. bei Hybrid-Plattformen
- 5.3. Spezifische strengere Regeln: Paritätsklauseln, dualer Vertrieb etc.
- 5.4. Beispielfälle