



Personalisierte Preise im Kartellrecht

Viktoria H.S.E. Robertson

WU WIRTSCHAFTS UNIVERSITÄT WIEN VIENNA UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SMART REGULATION

UNI GRAZ

CLH | The Competition Law Hub


EQUIS ACCREDITED AACSB ACCREDITED ASSOCIATION OF AMBA ACCREDITED

JURIDICUM, 3. NOVEMBER 2022

Personalisierte Preise im Kartellrecht



1. Einführung
2. Der uniforme Marktpreis
3. Personalisierte Preise als Marktmachtmissbrauch?
4. Weitere kartellrechtliche Überlegungen
5. Ausblick



2 ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

Picture: pixabay.com

EQUIS ACCREDITED AACSB ACCREDITED ASSOCIATION OF AMBA ACCREDITED

1. Einführung



- Personalisierte Preissetzung: „the practice where businesses may use information that is observed, volunteered, inferred, or collected about individuals' conduct or characteristics, to set different prices to different consumers ..., based on what the business thinks they are willing to pay“ (CMA 2018)
- Omnibus-RL 2019/2161
- Kartellrechtliche Überlegungen



3

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

Picture: pixabay.com

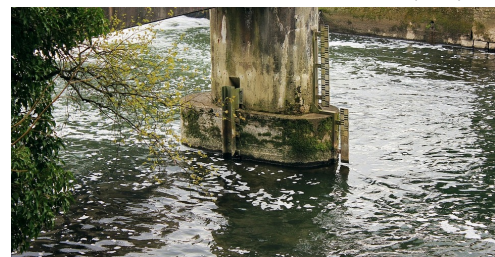


2. Der uniforme Marktpreis



- Uniformer Marktpreis als zentrales Element des ökonomisierten Kartellrechts
 - SSNIP-Test für Marktabgrenzung
 - Preisbasierte Marktmachtmissbräuche
- Auswirkungen auf den Preis als Messlatte für zahlreiche Kartellrechtsverstöße

Picture: pixabay.com



5

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

3. Personalisierte Preise als Marktmachtmissbrauch?



▪ Kriterien nach Art 102 AEUV, § 5 KartG

- Marktbeherrschende Stellung auf dem relevanten Markt
 - Was ist der relevante Markt in einer solchen Konstellation?
 - Faktoren für Marktbeherrschung?
- Missbräuchliches Verhalten
 - Grundsatz: freie Preisgestaltung
 - Wettbewerb *mit* Algorithmen (Paal 2019)
 - Mögliche Fallkonstellationen: Ausbeutungsmissbrauch v Behinderungsmissbrauch
- Keine objektive Rechtfertigung

6

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT



3. Personalisierte Preise als Marktmachtmissbrauch?



▪ Missbräuchliches Verhalten nach Artikel 102 AEUV

- lit a: unmittelbare Erzwingung von unangemessenen Einkaufs- oder Verkaufspreisen oder sonstigen Geschäftsbedingungen (**exzessive Preise**)
- lit c: Anwendung unterschiedlicher Bedingungen bei gleichwertigen Leistungen gegenüber Handelspartner:innen, wodurch diese im Wettbewerb benachteiligt werden (**Diskriminierung**)
- **Generalklausel**



7

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

Picture: pixabay.com



3. Personalisierte Preise als Marktmachtmissbrauch?

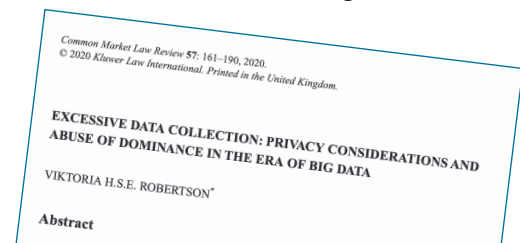


▪ Artikel 102(a) AEUV – exzessive Preise

- unmittelbare Erzwingung von unangemessenen Einkaufs- oder Verkaufspreisen oder sonstigen Geschäftsbedingungen
- Wann ist der Preis unangemessen?
- Rs 27/76 *United Brands* (1978)
 1. Übermäßiger Unterschied zwischen den tatsächlich entstandenen Kosten und dem tatsächlich berechneten Preis? Wenn ja,
 2. Ist der Preis an sich oder im Vergleich zu konkurrierenden Produkten unangemessen?



Picture: pixabay.com



8

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

3. Personalisierte Preise als Marktmachtmissbrauch?



▪ Artikel 102(c) AEUV – Diskriminierung von Handelspartner:innen

- Anwendung unterschiedlicher Bedingungen bei gleichwertigen Leistungen gegenüber Handelspartner:innen, wodurch diese im Wettbewerb benachteiligt werden
- Wer sind Handelspartner:innen? (Akman 2007)
- Benachteiligung im Wettbewerb?
 - Rs C-525/16 *MEO* (2018)



9

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

Picture: Behörde



3. Personalisierte Preise als Marktmachtmissbrauch?

▪ Artikel 102 AEUV – Generalklausel

- *die missbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung ist verboten*
 - Mögliches missbräuchliches Verhalten: **Diskriminierung von Endverbraucher:innen**
 - Unterschied zwischen automationsunterstützter Preisdiskriminierung und einer solchen, die auf persönlicher Geschäftsbeziehung beruht?
 - Wohlfahrtsgedanken

10

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

Picture: pixabay.com



4. Weitere kartellrechtliche Überlegungen

- Artikel 101(1)(d) AEUV bzw § 1(2) Z 4 KartG – Diskriminierung von Handelspartner:innen
- FKVO bzw § 12 KartG – Zusammenschluss zwischen digitaler Plattform und Unternehmen mit Knowhow im Bereich Datenanalyse, etc
- Verhältnis zw personalisierten Preisen und möglicher Kollusion



11

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

Picture: pixabay.com



5. Ausblick

- Individualisierte Rabatte vs personalisierte Preise
- Verhaltensbedingte Diskriminierung hört nicht bei personalisierten Preisen auf
- Wechselwirkung mit Datenschutzrecht
- Und: online & offline verschwimmen zusehends
- (Kartell-)Rechtliche Antworten müssen sich mitentwickeln



12

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

Picture: pixabay.com



VIENNA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND BUSINESS

Competition Law and Digitalization Group

Welthandelsplatz 1, 1020 Vienna, Austria

UNIV.-PROF. MAG. DR.
VIKTORIA H.S.E. ROBERTSON,
MJUR (OXON)

T +43-1-313 36-6630
viktorija.robertson@wu.ac.at
www.complawhub.eu

 @VRobCompLaw



13

ROBERTSON, PERSONALISIERTE PREISE IM KARTELLRECHT

