

ECLI:NL:CBB:2026:34

Instantie	College van Beroep voor het bedrijfsleven
Datum uitspraak	03-02-2026
Datum publicatie	03-02-2026
Zaaknummer	23/2033
Formele relaties	Eerste aanleg: ECLI:NL:RBROT:2023:10490, Overig
Rechtsgebieden	Bestuursrecht
Bijzondere kenmerken	Tussenuitspraak
Inhoudsindicatie	<p>Het College verzoekt het Hof van Justitie van de Europese Unie bij wijze van prejudiciële beslissing uitspraak te doen over de volgende vragen:</p> <p>Vraag 1</p> <p>Moet artikel 101, eerste lid, van het VWEU zo worden uitgelegd dat, voor de vaststelling dat sprake is van een (verticale) strekkingsbeperking, bij het onderzoek van de economische en juridische context niet alleen moet worden betrokken of een overeenkomst of onderling afgestemde feitelijke gedraging tussen een leverancier en detailhandelaren van eenzelfde merk op zich voldoende schadelijk is voor de concurrentie tussen die detailhandelaren (intra-brand-concurrentie), maar in beginsel ook of deze overeenkomst of onderling afgestemde feitelijke gedraging op zich voldoende schadelijk is voor de concurrentie tussen verschillende merken op de betrokken markt of markten (interbrand-concurrentie)?</p> <p>Vraag 2</p> <p>Indien vraag 1 bevestigend wordt beantwoord:</p> <p>a. moet dan in alle gevallen worden nagegaan of de overeenkomst of onderling afgestemde feitelijke gedraging op zich ook voldoende schadelijk is voor de interbrand-concurrentie of hoeft dit niet bij specifieke soorten of categorieën van gevallen, bijvoorbeeld hardcore beperkingen, en</p> <p>b. kan dit gedeelte van het onderzoek van de economische en juridische context dan beperkt blijven tot, bijvoorbeeld, het marktaandeel van het merk en de ontwikkeling daarvan gedurende de uitvoering van de overeenkomst of onderling afgestemde feitelijke gedraging, of moet het zich naargelang de omstandigheden van het geval ook uitstrekken over andere concurrentieparameters?</p>
Wetsverwijzingen	Mededingingswet
Vindplaatsen	Rechtspraak.nl

Uitspraak

tussenuitspraak
(verwijzingsuitspraak)

—

COLLEGE VAN BEROEP VOOR HET BEDRIJFSLEVEN

zaaknummer: 23/2033

tussenuitspraak van de meervoudige kamer van 3 februari 2026 op het hoger beroep van

Samsung Electronics Benelux B.V., te Delft (Samsung)

(gemachtigden: mr. C.E. Schillemans, mr. H.M. Pannekoek en mr. J.M. Mater)

tegen de uitspraak van de rechtbank Rotterdam van 13 november 2023, kenmerk ROT 23/3, in het geding tussen

Samsung

en

de Autoriteit Consument en Markt (ACM)

(gemachtigden: mr. A. Bouman, L.M. Brokx JD, LL.M. en mr. M. Rekker)

Procesverloop in hoger beroep

Samsung heeft hoger beroep ingesteld tegen de uitspraak van de rechtbank Rotterdam van 13 november 2023 (ECLI:NL:RBROT:2023:10490).

De ACM heeft een verweerschrift ingediend.

Op 26 mei 2025 (ECLI:NL:CBB:2025:418) heeft de rechter-commissaris beslist dat de door de ACM verzochte beperking van de kennisneming, met uitzondering van de stukken 12, 25, 42 en 48 uit de inventarislijst met code C, gerechtvaardigd is. Samsung heeft voor de overige stukken erin toegestemd dat alleen het College daarvan kennisneemt. De ACM heeft de stukken 12, 25, 42 en 48 uit de inventarislijst opnieuw ingezonden, nu zonder verzoek om beperking van de kennisneming.

De zitting was op 8 juli 2025. Aan de zitting hebben de gemachtigden van partijen deelgenomen en verder T. Conijn voor Samsung en R.G.M. Kemp voor de ACM.

Het College heeft het onderzoek heropend, partijen bericht dat het voornemens is prejudiciële vragen te stellen aan het Hof van Justitie van de Europese Unie (Hof van Justitie) en hen in de gelegenheid gesteld hun zienswijzen te geven op een concept van deze vragen. Beide partijen hebben een schriftelijke zienswijze ingediend.

Grondslag van het geschil

1.1 Dit geschil gaat over de vraag of de ACM aan Samsung terecht een boete (van 39.875.500,-) heeft opgelegd voor het vaststellen van de online wederverkooprijzen van Samsung televisies van zeven detailhandelaren tussen 9 januari 2013 en 7 december 2018.

1.2 Naar aanleiding van verschillende signalen en verklaringen van detailhandelaren is de ACM een onderzoek gestart naar mogelijke overtredingen van artikel 6 van de Mededingingswet en artikel 101

van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VWEU). Artikel 6 van de Mededingingswet komt met artikel 101 van het VWEU overeen, maar is in zijn territoriale werking beperkt tot de Nederlandse markt. In het kader van dit onderzoek heeft de ACM in december 2018 onderzoek verricht op de bedrijfslocatie van Samsung en tevens in december 2018 en februari 2019 op de locaties van een aantal detailhandelaren. De bevindingen van het onderzoek zijn neergelegd in een boeterapport van 7 juli 2020.

1.3 Met het besluit van 14 september 2021 (boetebesluit) heeft de ACM aan Samsung een boete van 39.875.500,- opgelegd. Met het besluit van 21 november 2022 (bestreden besluit) heeft de ACM het daartegen door Samsung gemaakte bezwaar ongegrond verklaard. Volgens de ACM stelde Samsung tussen 9 januari 2013 en 7 december 2018 geregeld de online wederverkooprijzen van zeven met name genoemde detailhandelaren vast en heeft zij daarmee de vrijheid van de detailhandelaren beperkt om hun wederverkooprijzen te bepalen. Samsung deed dit door middel van verschillende gedragingen. De gedragingen hadden tot doel de concurrentie op de consumentenprijs tussen de detailhandelaren te beperken. Met deze gedragingen heeft Samsung deelgenomen aan overeenkomsten en/of onderling afgestemde feitelijke gedragingen met ten minste zeven detailhandelaren die ertoe strekken de mededinging te verhinderen, te beperken of te vervalsen. Hiermee heeft Samsung het verbod van artikel 6 van de Mededingingswet en artikel 101 van het VWEU overtreden. Omdat volgens de ACM sprake is van een strekkingsbeperking, zijn de daadwerkelijke gevolgen voor de mededinging van de gedragingen van Samsung niet relevant en hoeven deze dus ook niet te worden onderzocht. De ACM heeft de gedragingen van Samsung aangemerkt als een enkele voortdurende inbreuk.

Uitspraak van de rechtbank

2 De rechtbank heeft het beroep van Samsung ongegrond verklaard. De rechtbank heeft geoordeeld dat de ACM terecht heeft vastgesteld dat Samsung met haar gedragingen het kartelverbod heeft overtreden. Met haar gedragingen heeft Samsung tussen 9 januari 2013 en 7 december 2018 geregeld de online wederverkooprijzen van tenminste zeven detailhandelaren vastgesteld en daarmee de vrijheid van deze detailhandelaren beperkt om zelf hun wederverkooprijzen te bepalen. De ACM heeft deze gedragingen terecht gekwalificeerd als een verticale overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging. Het gaat hier om gedragingen met een mededingingsbeperkende strekking (strekkingsbeperking). Anders dan Samsung meent, zijn (contractuele) dwangmaatregelen of financiële prikkels geen voorwaarden voor de vaststelling van een verticale strekkingsbeperking. Een overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging die bestaat uit het rechtstreeks of zijdelings bepalen van de aan- of verkooprijzen is een hardcore beperking in de zin van de in de hier relevante periode van kracht zijnde - aldus aangeduide - groepsvrijstellingsverordening verticalen (Verordening (EU) nr. 330/2010 van de Commissie van 20 april 2010) en de door de Commissie vastgestelde Richtsnoeren inzake verticale beperkingen. Ook bij een hardcore beperking moet nog worden beoordeeld of de overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging voldoende schadelijk is voor de mededinging. Daarbij hoeft de ACM niet te onderzoeken of ook de concurrentie tussen merken (interbrand-concurrentie) wordt verzwakt. De ACM heeft toereikend gemotiveerd dat de gedragingen voldoende schadelijk zijn voor de mededinging. De ACM is terecht uitgegaan van een enkele voortdurende inbreuk. Er is geen sprake van strijd met rechten van verdediging. De opgelegde boete is passend en geboden.

Beoordeling van het geschil in hoger beroep

Inleiding

- 3.1 Samsung komt in hoger beroep op tegen het oordeel van de rechtbank over de kwalificatie van de aan haar verweten gedragingen als overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging die ertoe strekt de mededinging te beperken, de enkele voortdurende inbreuk, schending van rechten van de verdediging en de hoogte van de boete.
- 3.2 Het College beoordeelt in deze tussenuitspraak het geschil (slechts) voor zover dat gaat over de kwalificatie van de gedragingen als overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging die ertoe strekt de mededinging te beperken. Het College kan het eerste onderdeel van dit geschilpunt (de vraag of de gedragingen terecht zijn aangemerkt als overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging) beslechten zonder uitleg van het Unierecht door het Hof van Justitie. In 6.1 tot en met 6.7. beantwoordt het College deze eerste vraag, evenals de ACM en de rechtbank, bevestigend. Het College kan het tweede onderdeel van dit geschilpunt (de vraag of de overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging terecht is aangemerkt als een strekkingsbeperking) niet beslechten zonder uitleg door het Hof van Justitie van een specifiek element van het Unierecht. Dit onderdeel wordt besproken in 7.1 tot en met 7.6 en leidt tot de in 7.7 geformuleerde prejudiciële vragen. In afwachting van de beantwoording door het Hof van Justitie van de door het College te stellen prejudiciële vragen, beoordeelt het College de overige geschilpunten (de enkele voortdurende inbreuk, schending van rechten van de verdediging en de hoogte van de boete) nu niet.

De televisiemarkt

- 4.1 In de hier relevante periode van januari 2013 tot en met december 2018 waren Samsung, LG, Sony en Philips de grootste merken op de Nederlandse televisiemarkt. Deze markt had in 2013 en 2014 in geld een omvang van gemiddeld ongeveer 677,- miljoen en van 2015 tot en met 2018 van gemiddeld ongeveer 622,- miljoen. Het marktaandeel van Samsung was als volgt: in 2013 43,1%, in 2014 50,5%, in 2015 51,4%, in 2016 49,5%, in 2017 46,2% en in 2018 41,7%. Het marktaandeel van LG lag tussen 11,2% in 2013 en 18,8% in 2018, dat van Philips tussen 22,9% en 13,8% in de periode 2013 tot en met 2017 en 15,3% in 2018, en dat van Sony tussen 7,4% in 2013 en 15,8% in 2018.
- 4.2 Televisies worden aan de eindgebruikers verkocht via detailhandelaren. Deze kopen de televisies rechtstreeks in bij de fabrikanten of via een distributeur. De verkoop door een detailhandelaar aan eindgebruikers vindt online en/of in fysieke winkels plaats. Detailhandelaren voeren in het algemeen meer merken. De zeven detailhandelaren waarvan de ACM heeft aangenomen dat Samsung daar actief invloed op uitoefende, vertegenwoordigden in de hier relevante periode een marktaandeel tussen 54% en 70% van de totale verkoop aan Samsungtelevisies in Nederland. Deze detailhandelaren voerden niet alleen televisies van het merk Samsung maar ook van een of meer andere merken.
- 4.3 Televisies kennen een neerwaarts prijsverloop: de prijs daalt naarmate een model langer op de markt is. Ieder kalenderjaar kent eenzelfde verloop. In het voorjaar (en soms rond september) worden nieuwe televisiemodellen geïntroduceerd. De verkooplevensduur van televisies is ongeveer één jaar. Modellen uit een oude line-up (end of life-modellen of EOL-modellen) worden bij de introductie van nieuwe modellen geleidelijk uitgefaseerd en verdwijnen enkele maanden nadien van de markt. Samsung voert open modellen die iedere detailhandelaar kan bestellen (ook: basismodellen), (semi-)exclusieve modellen die alleen bij een of meer specifieke detailhandelaren verkrijgbaar zijn, en hanteert voor bepaalde televisiemodellen (ook: 'contractmodellen', waaronder de AV Elitemodellen) een selectief distributiestelsel.
- 4.4 Met alle detailhandelaren (en distributeurs) maakt Samsung commerciële afspraken. Deze worden vastgelegd in distributieovereenkomsten of jaarafspraken, al maakt Samsung ook afspraken die daarin niet zijn opgenomen. De afspraken hebben invloed op de inkoop prijs van de detailhandelaar, en daarmee op diens potentiële marge. Zo hebben de afspraken betrekking op onder meer de rekenfactor, die bepalend is voor de inkoop prijs van een detailhandelaar voor een bepaald televisiemodel, voorraadbescherming, doorverkoop- en inkooppremies, de marketingbijdrage van Samsung en de

mogelijkheid om mee te doen met consumentenacties.

4.5 Prijsvergelijkingsites leiden tot een verhoogde mate van transparantie op de televisiemarkt. Het belang van een prijsvergelijkingsite is er voor een detailhandelaar in gelegen dat een belangrijk deel van de klanten via deze sites naar zijn website of fysieke winkel komt. Consumenten klikken op prijsvergelijkingsites voornamelijk op de detailhandelaren die boven in de lijst staan. Een positie boven in de lijst van een prijsvergelijkingsite is daarom van belang. Detailhandelaren gebruiken prijsvergelijkingsites zowel om de aandacht van de consument te trekken als voor de prijszetting van televisies. Detailhandelaren kunnen continu zien welke verkoopprijzen hun concurrenten zetten en gebruiken spiderprogramma's om hierover data te verzamelen. Deze data gebruiken zij vervolgens bij het (handmatig of geautomatiseerd) naar boven of naar beneden aanpassen van de eigen verkoopprijzen. Hierbij hanteren de detailhandelaren over het algemeen een volgstrategie.

De verweten gedragingen

5 De ACM verwijt Samsung dat zij tussen 9 januari 2013 en 7 december 2018 geregeld de online wederverkoopprijzen van zeven met name genoemde detailhandelaren vaststelde. Samsung heeft zo de vrijheid van haar afnemers, om hun eigen prijsbeleid te bepalen, beperkt. De ACM legt hieraan in het bestreden besluit de volgende gedragingen van Samsung ten grondslag:

- Samsung monitort de door haar afnemers gehanteerde wederverkoopprijzen en neemt bij afwijking van de adviesprijs contact op met haar afnemers. Samsung verwacht dat haar 'adviezen' worden opgevolgd;
- Samsung spant zich in om te achterhalen wie de initiator van een prijsverlaging is en probeert prijsverlagingen ongedaan te maken en in de toekomst te voorkomen;
- Samsung bericht afnemers dat zij ook acteert op de wederverkoopprijzen bij concurrerende afnemers. Zo informeert zij hen dat alle partners, of specifiek genoemde concurrenten, ook geadviseerd zijn en benoemt zij soms dat deze hebben gezegd te zullen schakelen. Met dit laatste wordt bedoeld dat de concurrent in kwestie zijn prijs zal aanpassen;
- Samsung neemt klachten van afnemers over het prijsbeleid van andere afnemers in behandeling en geeft hierover terugkoppeling aan de klagende afnemers.

In het boetebesluit en het bestreden besluit heeft de ACM voorbeelden van de hiervoor vermelde gedragingen gegeven. Relevant is volgens de ACM dat deze gedragingen plaatshebben op een markt die als gevolg van prijsvergelijkingsites en spiderprogramma's in hoge mate transparant is. Dit vormt de context waarbinnen bovenstaande gedragingen volgens de ACM dienen te worden gezien en begrepen.

Is sprake van een overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging?

- 6.1 De rechtbank heeft geoordeeld dat sprake is van een overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging. Volgens de rechtbank volgt uit het bewijs (de bewijsmiddelen) dat sprake was van wilsovereenstemming tussen Samsung en de zeven detailhandelaren over de online wederverkoopprijzen van televisies.
- 6.2 Samsung betwist dat de verweten gedragingen kunnen worden gekwalificeerd als verticale overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging. Volgens Samsung was aan haar zijde slechts sprake van prijsadviezen aan de detailhandelaren en stond het de detailhandelaren te allen tijde vrij deze adviezen al dan niet op te volgen. Er was geen sprake van enige wilsovereenstemming. Van verticale prijsbinding kan volgens Samsung alleen sprake zijn als detailhandelaren door (contractuele) dwangmaatregelen of (financiële) prikkels verplicht of genoodzaakt zijn om prijsadviezen op te volgen. Samsung verzoekt het College hierover een prejudiciële vraag te stellen aan het Hof van Justitie.
- 6.3 De ACM handhaaft het standpunt dat, op grond van het bewijs in totaliteit beschouwd, sprake was van een overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging tussen Samsung en de zeven

detailhandelaren, waarbij Samsung de prijzen vaststelde en de detailhandelaren hiermee instemden. Deze gedragingen beperkten de vrijheid van detailhandelaren om zelfstandig hun verkoopprijzen te bepalen.

6.4 Het College volgt de rechtbank in het oordeel dat sprake was van een overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging tussen Samsung en de zeven detailhandelaren over het vaststellen van de online wederverkoopprijzen van televisies. De rechtbank heeft dit oordeel in de overwegingen 13 tot en met 15.4 van de uitspraak gemotiveerd. Het College onderschrijft het door de rechtbank geschetste juridische kader en de toepassing daarvan door de rechtbank en voegt hieraan naar aanleiding van de gronden in hoger beroep nog het volgende toe.

6.5 Het College is van oordeel dat uit het samenstel van alle gedragingen (zoals op hoofdlijnen weergegeven in 5) die volgen uit het in bijlage 1 bij het boeterapport opgenomen bewijs en uit de vele voorbeelden daarvan in het boetebesluit en het bestreden besluit, voortvloeit dat sprake was van uitdrukkelijke en herhaalde verzoeken van Samsung aan de detailhandelaren om een minimumverkoopprijs in acht te nemen en van opvolging van deze verzoeken door de detailhandelaren. De gedragingen van Samsung om de detailhandelaren tot opvolging van de verzoeken te brengen, waren stelselmatig. Ook was sprake van wederkerigheid, omdat de detailhandelaren de opvolging aan Samsung terugkoppelden en Samsung hen ook informeerde over opvolging door anderen. Verder informeerden detailhandelaren Samsung als een detailhandelaar een lagere prijs dan de adviesprijs hanteerde. Dat slechts sprake was van prijsadviezen, dat de detailhandelaren vrij waren deze al dan niet op te volgen en dat zij hun eigen prijzen konden bepalen, blijkt niet uit het bewijs. De voorbeelden die Samsung heeft gegeven van gevallen waarin geen opvolging plaatsvond of waarin opvolging niet blijkt uit het bewijs, nemen niet weg dat er talloze voorbeelden zijn waaruit het tegendeel blijkt. Bovendien volgt uit het bewijs dat Samsung een systeem had ingericht waarin werd gemonitord wat de detailhandelaren deden en of zij opvolging gaven aan de verzoeken. Van daadwerkelijke vrijheid van de detailhandelaren om hun verkoopprijs te bepalen, was dan ook geen sprake.

6.6 Het College volgt niet het standpunt van Samsung dat de aanwezigheid van dwangmaatregelen een vereiste is voor het aannemen van verticale prijsafstemming tussen een leverancier en zijn detailhandelaren. Uit het arrest van het Hof van Justitie van 29 juni 2023, *Super Bock Bebidas*, punt 53 (ECLI:EU:C:2023:529), volgt dat artikel 101, eerste lid, van het VWEU aldus moet worden uitgelegd dat er sprake is van een overeenkomst in de zin van die bepaling wanneer een leverancier zijn distributeurs minimumwederverkoopprijzen oplegt voor de door hem op de markt gebrachte producten, voor zover de oplegging van deze prijzen door de leverancier en de inachtneming ervan door de distributeurs de overeenstemmende wil van deze partijen tot uitdrukking brengen. Deze overeenstemmende wil kan zowel voortvloeien uit de bedingen van de betrokken distributieovereenkomst, wanneer deze een uitdrukkelijk verzoek bevat om minimumwederverkoopprijzen in acht te nemen, of althans de leverancier toestaat dergelijke prijzen op te leggen, als uit het gedrag van partijen en met name uit de eventuele uitdrukkelijke of stilzwijgende instemming van de distributeurs met een verzoek om minimumwederverkoopprijzen in acht te nemen. Het Hof van Justitie heeft verder in punt 56 van het arrest overwogen dat het bestaan van een overeenkomst in de zin van artikel 101, eerste lid, van het VWEU tussen een leverancier en zijn distributeurs niet alleen aan de hand van rechtstreeks bewijs kan worden vastgesteld, maar ook aan de hand van objectieve en onderling overeenstemmende aanwijzingen waaruit het bestaan van een dergelijke overeenkomst kan worden afgeleid. Uit het arrest volgt niet dat dwangmaatregelen een vereiste zijn voor het aannemen van verticale overeenkomsten. Dit volgt ook niet uit eerdere rechtspraak van het Hof van Justitie (zie bijvoorbeeld het arrest van 18 november 2021, *Visma Enterprise*, punt 94 en de daarin aangehaalde rechtspraak (ECLI:EU:C:2021:935)). Dat in eerdere zaken waarin verticale prijsbinding werd vastgesteld veelal wel sprake was van dwangmaatregelen of financiële prikkels, betekent niet dat bij de afwezigheid daarvan nooit sprake kan zijn van verticale prijsbinding. In het hier voorliggende geval is uit het bewijs overtuigend gebleken dat Samsung, met instemming van de zeven detailhandelaren, door een samenstel aan gedragingen de vrijheid van de

detailhandelaren om de online wederverkooprijzen van televisies vast te stellen, beperkte. Het College neemt daarbij in aanmerking dat, zoals de rechtbank in overweging 18.2 van de uitspraak ook heeft vastgesteld, uit het bewijs blijkt dat hierbij weliswaar geen sprake was van dwangmaatregelen of financiële prikkels, maar wel van enige door Samsung uitgeoefende druk.

6.7 Omdat voor deze zaak duidelijk is dat sprake was van verticale prijsafstemming tussen Samsung en de zeven detailhandelaren, waarbij de vrijheid van de detailhandelaren om hun verkoopprijs te bepalen werd beperkt, is er geen grond voor het stellen van de door Samsung verzochte prejudiciële vraag.

Is sprake van een strekkingsbeperking?

7.1 De rechtbank heeft geoordeeld dat de gedragingen van Samsung ertoe strekken de mededinging (binnen de interne markt) te beperken. De rechtbank heeft dit gemotiveerd in de overwegingen 16 tot en met 25 van de uitspraak. De rechtbank heeft daarbij tevens geoordeeld dat de ACM de gevolgen voor de interbrand-concurrentie niet hoeft te onderzoeken.

7.2 Samsung betoogt dat de ACM en de rechtbank de (vermeende) verticale prijsafstemming ten onrechte als strekkingsbeperking hebben aangemerkt. Volgens Samsung ontbreekt het aan solide en betrouwbare ervaring dat "vrijwillige verticale prijsafstemming" dermate schadelijk is voor de intrabrand-concurrentie, dat (ook) de interbrand-concurrentie erdoor wordt verzwakt. Hiervoor bestaan geen precedentes. Volgens Samsung had de ACM daarom moeten onderzoeken of de (vermeende) verticale prijsafstemming, gegeven de economische context, ook voldoende schadelijk is voor de interbrand-concurrentie. Samsung wijst daarbij op punt 78 van het arrest *Visma Enterprise* en de verwijzing daarin naar punt 22 van het arrest van het Hof van Justitie van 25 oktober 1977, *Metro* (ECLI:EU:C:1977:167). Hierin is volgens Samsung weergegeven wanneer een contextonderzoek de conclusie kan dragen dat een verticale gedraging in voldoende mate schadelijk kan worden geacht voor de concurrentie. Een beperking van de concurrentie binnen een merk is daarvoor niet voldoende. Een verticale gedraging is pas problematisch als deze ook in voldoende mate schadelijk kan worden geacht voor de concurrentie tussen merken. Dat in het arrest *Super Bock Bebidas* niet wordt verwezen naar punt 78 van het arrest *Visma Enterprise* doet hieraan niet af, temeer omdat het Hof van Justitie in het arrest *Super Bock Bebidas* uitdrukkelijk heeft bevestigd dat verticale overeenkomsten in beginsel minder schadelijk zijn. Samsung betoogt, onder verwijzing naar de conclusie van advocaat-generaal Bobek van 5 september 2019, punt 24 (ECLI:EU:C:2019:678), dat er in wezen geen materieel verschil bestaat tussen gedragingen die de mededinging naar strekking beperken of naar gevolg. De tweedeling tussen strekkingsbeperkingen en gevolgbeperkingen is een procedureel instrument om te bepalen welke middelen een mededingingsautoriteit moet inzetten. De tweedeling leidt tot een verschil in de grondigheid waarmee de beperkingen moeten worden onderzocht, maar brengt niet mee dat een mededingingsautoriteit in het kader van een gevolgbeperking een type schade moet onderzoeken waarvan in het kader van een doelbeperking mag worden geabstraheerd. Die benadering zou ertoe leiden dat mededingingsautoriteiten verticale gedragingen als schadelijk voor de concurrentie kunnen kwalificeren zonder de interbrand-concurrentie te onderzoeken, terwijl uit een gevolganalyse kan blijken dat diezelfde gedragingen helemaal niet schadelijk zijn voor de interbrand-concurrentie. Ook in de meest recente Richtsnoeren inzake verticale beperkingen van de Commissie uit 2022, specifiek onder punt 21, komt volgens Samsung tot uitdrukking dat de interbrand-concurrentie in algemene zin van belang is bij de beoordeling van verticale overeenkomsten, en niet alleen bij de vaststelling van gevolgbeperkingen. Samsung verzoekt het College over dit onderwerp prejudiciële vragen te stellen aan het Hof van Justitie.

7.3 De ACM stelt zich op het standpunt dat afstemming van de consumentenprijs tussen een leverancier en detailhandelaren, ten koste van de vrijheid van de detailhandelaren om die prijs te bepalen, zonder meer een strekkingsbeperking vormt. Samsung geeft een verkeerde uitleg aan het arrest *Visma Enterprise*. Volgens de ACM is punt 78 van dit arrest uitsluitend van toepassing op gevolgbeperkingen. Omdat in dit geval sprake is van een strekkingsbeperking, hoeft niet (specifiek) te worden onderzocht of ook de interbrand-concurrentie in voldoende mate wordt geschaad. Dit wordt volgens de ACM nog eens bevestigd in punt 76 in het arrest van het Hof van Justitie van 27 juni 2024, *Servier SAS*

(ECLI:EU:C:2024:552). De ACM is overigens van mening dat uit haar onderzoek naar voren komt dat ook de interbrand-concurrentie in voldoende mate wordt geschaad. In dat verband wijst zij onder meer op het feit dat Samsung marktleider was in Nederland met een aanzienlijk marktaandeel en op het feit dat de betrokken detailhandelaren multibrand stores waren.

7.4 Het essentiële juridische criterium om uit te maken of een overeenkomst, of zij nu horizontaal of verticaal is, een mededingingsbeperkende strekking heeft, valt samen met de vraag of deze overeenkomst op zich voldoende schadelijk is voor de mededinging (arrest Super Bock Bebidas, punt 34 en de aldaar aangehaalde rechtspraak). Bij de beoordeling of aan dat criterium is voldaan, moet worden gelet op de bewoordingen en de doelen van de overeenkomst, alsmede op de economische en juridische context. Bij de beoordeling van die context moet ook rekening worden gehouden met de aard van de betrokken goederen of diensten en de daadwerkelijke voorwaarden voor het functioneren en de structuur van de betrokken markt of markten (arrest Super Bock Bebidas, punt 35 en de aldaar aangehaalde rechtspraak).

7.5 Het College stelt voorop dat de hiervoor vastgestelde verticale prijsafstemming tussen Samsung en de zeven detailhandelaren op zich voldoende schadelijk is voor de intrabrand-concurrentie. De gedragingen van Samsung, in hun totaliteit en onderlinge samenhang bezien, brengen immers naar hun aard mee dat de vrijheid van de detailhandelaren om zelf de online wederverkooprijzen van televisies vast te stellen wordt beperkt. De detailhandelaren vertegenwoordigden in de hier relevante periode bovendien een aanzienlijk marktaandeel van de totale verkoop aan Samsungtelevisies in Nederland. Er was dus sprake van een beperking van de intrabrand-concurrentie bij de verkoop van Samsungtelevisies in Nederland. Anders dan Samsung (ook) lijkt te hebben willen betogen, maakt het daarbij voor de mate van schadelijkheid voor de concurrentie als zodanig niet uit dat een beperking van de concurrentie het gevolg is van een overeenkomst en/of onderling afgestemde feitelijke gedraging die tot stand is gekomen zonder (contractuele) dwangmaatregelen of financiële prikkels.

7.6.1 De kernvraag is of bij het onderzoek van de economische en juridische context ook de schadelijkheid van de gedragingen voor de interbrand-concurrentie moet worden betrokken en, zo ja, op welke concurrentieparameters een dergelijk onderzoek dan betrekking moet hebben. Daarover overweegt het College het volgende.

7.6.2 Het College merkt in dit verband allereerst op dat uit punt 78 van het arrest Visma Enterprise niet zonder meer kan worden afgeleid dat voor de vaststelling van een (verticale) strekkingsbeperking niet alleen moet worden gekeken naar de intrabrand-concurrentie, maar ook altijd naar de interbrand-concurrentie. Uit de structuur van dit arrest zou kunnen worden opgemaakt dat de punten 57 tot en met 63 gaan over het toetsingskader voor strekkingsbeperkingen (dat in de punten 64 tot en met 70 wordt toegepast op de daar voorliggende zaak) en de punten 71 tot en met 79 over het toetsingskader voor gevolgbeperkingen (dat in de punten 80 en 81 wordt toegepast op die zaak). Ook de bewoordingen van punt 78 lijken te duiden op gevolgbeperkingen. Er wordt immers gesproken over de daadwerkelijke mededinging (in de Franse tekst: la concurrence effective en in de Duitse tekst: der wirksame Wettbewerb). Daarbij komt dat in punt 81 uitdrukkelijk wordt gesproken over de gevolgen voor de mededinging. In dit verband valt ook op dat in het - latere - arrest Super Bock Bebidas in de punten 32 tot en met 35, waarin het beoordelingskader voor een strekkingsbeperking wordt uiteengezet, niet wordt verwezen naar punt 78 van het arrest Visma Enterprise en ook anderszins niet wordt gerefereerd aan de interbrand-concurrentie. Naar het oordeel van het College kan hieruit echter niet de onbetwistbare conclusie worden getrokken dat bij een verticale strekkingsbeperking nooit naar de interbrand-concurrentie moet worden gekeken. De economische en juridische context omvat immers mede de structuur van de betrokken markt of markten. Bij voorbaat kan dan niet worden uitgesloten dat daarbij ook moet worden betrokken of de beperking op zich eveneens voldoende schadelijk is voor de interbrand-concurrentie.

7.6.3 Indien bij de vraag of sprake is van een (verticale) strekkingsbeperking ook de schadelijkheid voor de interbrand-concurrentie moet worden betrokken bij het onderzoek van de economische en juridische context, rijst vervolgens de vraag of dit onderzoek altijd moet worden uitgevoerd en, zo nee, voor welke specifieke soorten of categorieën van gevallen dan niet. Zo zou de verklaring voor het niet noemen van de interbrand-concurrentie in het arrest Superbock Bebidas, dat specifiek ziet op verticale overeenkomsten tot vaststelling van wederverkoopprijzen, kunnen zijn dat bij verticale prijsafstemming of, ruimer, bij hardcore beperkingen de vaststelling dat de intrabrand-concurrentie in voldoende mate wordt geschaad, al volstaat.

7.6.4 Indien en voor zover bij een (verticale) strekkingsbeperking de interbrand-concurrentie moet worden betrokken bij het onderzoek van de economische en juridische context, rijst tevens de vervolgvraag over welke concurrentieparameters dat onderzoek zich dan moet uitstrekken. Daarbij kan het College zich voorstellen dat bij de beoordeling van de structuur van de betrokken markt of markten het marktaandeel van het betrokken merk een wezenlijke en wellicht zelfs doorslaggevende factor is, in die zin dat een aanzienlijk marktaandeel, dat gedurende de uitvoering van de overeenkomst of onderling afgestemde feitelijke gedraging ook niet substantieel is gewijzigd, een toereikende aanwijzing is voor de vaststelling dat (ook) de interbrand-concurrentie in voldoende mate wordt geschaad.

7.7 Het College heeft aldus vastgesteld dat vragen over de uitleg van het Unierecht aan de orde zijn die nog niet eerder zijn beantwoord en waarop het antwoord ook niet zonder meer duidelijk is. Het College heeft ook vastgesteld dat het voor de definitieve beslechting van het geschil tussen partijen noodzakelijk is dat deze vragen worden beantwoord. Het College zal daarom, als verwijzingsplichtige rechter, met toepassing van artikel 267 van het VWEU, het Hof van Justitie verzoeken uitspraak te doen over de volgende vragen.

Prejudiciële vragen

Vraag 1

Moet artikel 101, eerste lid, van het VWEU zo worden uitgelegd dat, voor de vaststelling dat sprake is van een (verticale) strekkingsbeperking, bij het onderzoek van de economische en juridische context niet alleen moet worden betrokken of een overeenkomst of onderling afgestemde feitelijke gedraging tussen een leverancier en detailhandelaren van eenzelfde merk op zich voldoende schadelijk is voor de concurrentie tussen die detailhandelaren (intrabrand-concurrentie), maar in beginsel ook of deze overeenkomst of onderling afgestemde feitelijke gedraging op zich voldoende schadelijk is voor de concurrentie tussen verschillende merken op de betrokken markt of markten (interbrand-concurrentie)?

Vraag 2

Indien vraag 1 bevestigend wordt beantwoord:

- a. **moet dan in alle gevallen worden nagegaan of de overeenkomst of onderling afgestemde feitelijke gedraging op zich ook voldoende schadelijk is voor de interbrand-concurrentie of hoeft dit niet bij specifieke soorten of categorieën van gevallen, bijvoorbeeld hardcore beperkingen, en**

- b. **kan dit gedeelte van het onderzoek van de economische en juridische context dan beperkt blijven tot, bijvoorbeeld, het marktaandeel van het merk en de ontwikkeling daarvan gedurende de uitvoering van de overeenkomst of onderling afgestemde feitelijke gedraging, of moet het zich naargelang de omstandigheden van het geval ook uitstrekken over andere concurrentieparameters?**

Slotoverweging

8 Het College houdt iedere verdere beslissing aan tot de einduitspraak over het hoger beroep en zal ook over de proceskosten en het griffierecht in de einduitspraak beslissen.

Beslissing

Het College:

- verzoekt het Hof van Justitie van Justitie van de Europese Unie bij wijze van prejudiciële beslissing uitspraak te doen over de vragen die zijn geformuleerd in punt 7.7 van deze tussenuitspraak;
- houdt iedere verdere beslissing aan.

Deze tussenuitspraak is gedaan door mr. T.G.M. Simons, mr. H.S.J. Albers en mr. H.L. van der Beek, in aanwezigheid van mr. M.L. Bosman, griffier. De beslissing is in het openbaar uitgesproken op 3 februari 2026.

w.g. T.G.M. Simons w.g. M.L. Bosman