

KOMMISSIONEN

KOMMISSIONENS BESLUTNING

af 29. juni 2001

om en procedure i henhold til EF-traktatens artikel 81

(Sag COMP/F-2/36.693 — Volkswagen)

(meddelt under nummer K(2001) 1698)

(Kun den tyske udgave er autentisk)

(EØS-relevant tekst)

(2001/711/EF)

KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER HAR —

under henvisning til traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab,

under henvisning til Rådets forordning nr. 17 af 6. februar 1962, første forordning om anvendelse af bestemmelserne i traktatens artikel 85 og 86 ⁽¹⁾, senest ændret ved forordning (EF) nr. 1216/1999 ⁽²⁾, særlig artikel 15, stk. 2,

under henvisning til Kommissionens beslutning af 21. juni 1999 om at indlede procedure i denne sag,

efter at have givet den deltagende virksomhed lejlighed til at udtale sig om de af Kommissionen fremførte klagepunkter, jf. artikel 19, stk. 1, i forordning nr. 17 og Kommissionens forordning (EF) nr. 2842/98 af 22. december 1998 om høring af parter i visse procedurer efter EF-traktatens artikel 85 og 86 ⁽³⁾,

efter høring af Det Rådgivende Udvalg for Kartel- og Monopolspørgsmål, og

ud fra følgende betragtninger:

1. SAGSFORLØB

1.1. Procedure

- (1) I bilaget til en klage fra en bilkøber fik Kommissionen tilsendt en rundskrivelse fra Volkswagen AG af 17. april 1997. Heri blev de tyske Volkswagen-forhandlere og -værksteder af Volkswagens salgsschef for Tyskland, »Vertriebsleiter Deutschland«, opfordret til ikke at sælge den nye model af »VW Passat Variant«, som blev lanceret i Tyskland den 6. juni 1997, til priser under de vejledende priser og til at udvise en »konsekvent prisdisciplin«.
- (2) I sit svar på en formel begæring om oplysninger fra Kommissionen efter artikel 11 i forordning nr. 17 ⁽⁴⁾ forelagde Volkswagen AG to yderligere breve af 26. september 1996 og 26. juni 1997, som vedrører prisfastsættelsen af den nye VW Passat.

⁽¹⁾ EFT 13 af 21.12.1962, s. 204/62.

⁽²⁾ EFT L 148 af 15.6.1999, s. 5.

⁽³⁾ EFT L 354 af 30.12.1998, s. 18.

⁽⁴⁾ Kommissionens begæring om oplysninger af 17.7.1997 til Volkswagen AG og Volkswagen AG's svar af 22.8.1997.

- (3) På grundlag af disse oplysninger og yderligere oplysninger fra Volkswagen AG (5) sendte Kommissionen en klagepunktsmeddelelse til Volkswagen AG den 22. juni 1999. I denne meddelelse konstaterede Kommissionen, at Volkswagen AG havde overtrådt bestemmelserne i EF-traktatens artikel 81, da virksomheden med de tyske forhandlere i sit salgsnet havde aftalt en konsekvent prisdisciplin ved salget af VW Passat-modellen.
- (4) Volkswagen AG besvarede denne klagepunktsmeddelelse ved brev af 10. september 1999 og bekræftede, at den situation, der var beskrevet i klagepunktsmeddelelsen af 22. juni 1999, i det væsentlige var rigtig (6). I øvrigt redegjorde virksomheden for sin opfattelse af navnlig de retlige konklusioner og Kommissionens indsigelser. Der blev ikke anmodet om en mundtlig høring.
- (5) Denne beslutning er rettet til Volkswagen AG.

1.2. Virksomheden

- (6) Volkswagen AG med hjemsted i Wolfsburg er et holdingselskab og samtidig den største enkeltvirksomhed i Volkswagen-koncernen. Koncernens erhvervsaktiviteter omfatter fremstilling af biler af mærkerne Volkswagen, Audi, Seat og Skoda samt produktion af komponenter og dele til det verdensomspændende koncernsamarbejde. Andre aktiviteter vedrører områderne industrimotorer, reservedele, finansielle tjenesteydelser og forsikringer.
- (7) Volkswagen AG's omsætning udgjorde i perioden 1995-2000:

(mia. DEM)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Verdensplan	44,598	49,891	54,285	74,381	78,417	84,975
Tyskland	20,672	22,140	23,101	31,340	30,232	28,936

1.3. Den nye VW Passat-models position på markedet

- (8) Den nye VW Passat B 5 Limousine blev lanceret i Tyskland den 11. oktober 1996 og VW Passat Variant B 5, hvor der er tale om en karosserivariant af Limousine-modellen, den 6. juni 1997.
- (9) Antallet af nyindregistreringer af den nye VW Passat i EU var følgende:

	1996	1997	1998	1999	2000
Passat B 5 Limousine	42 592	177 846	n.a.	n.a.	n.a.
Passat Variant B 5	177	95 413	n.a.	n.a.	n.a.
I alt	42 769	273 259	349 378	322 588	297 341

(5) Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 på Kommissionens anden begæring om oplysninger af 8.10.1998.

(6) Volkswagen AG's bemærkninger af 10.9.1999 til Kommissionens klagepunktsmeddelelse, punkt 1 og 5 (blad 139 f.).

- (10) Antallet af leveringer til kunder i Tyskland udgjorde ⁽⁷⁾:

	(antal)				
	1996	1997	1998	1999	2000
Passat B 5 Limousine	14 314	74 768	53 002	37 742	26 439
Passat Variant B 5	—	62 211	105 593	92 935	70 322
I alt	14 314	136 979	158 595	130 677	96 761

- (11) Bilindustrien og bilhandelen ⁽⁸⁾ samt markedsanalytikerne er af den opfattelse, at personbiler ikke er vilkårligt substituerbare ud fra et forbrugersynspunkt. De opdeler derfor traditionelt personbiler i såkaldte »segmenter«. Dette sker på grundlag af objektive kriterier som køretøjets længde, anskaffelsespris, karosserikonstruktion, motorydelse og mærkeimage ⁽⁹⁾. Der foretages sædvanligvis en opdeling i følgende »segmenter»: A: minibiler, B: små biler, C: mellemklassebiler, D: store biler, E: direktionsbiler, F: luksusbiler, G: MPV-biler og SUV-biler, idet det sidste segment — G-klassen — undertiden opdeles yderligere: dels i segmenterne billige SUV-biler, dyre SUV-biler, MPV-biler og terrængående biler ⁽¹⁰⁾, dels i segmenterne MPV-biler, coupéer, cabrioletter og terrængående biler ⁽¹¹⁾.
- (12) De oversigter over bilpriserne i Den Europæiske Union, som Kommissionen offentliggør hvert halve år (se også betragtning 17 nedenfor), er ligeledes baseret på denne inddeling og indeholder prisoplysninger for personbilmodeller, som er omfattet af de ovenfor beskrevne syv segmenter A-G, med henblik på at kunne give en samlet fremstilling af de modeller, der ud fra et forbrugersynspunkt er sammenlignelige.
- (13) Endvidere henvises til den 23. læserafstemning foretaget af tidsskriftet »Auto, Motor und Sport« ⁽¹²⁾, hvor læserne skulle kåre den bedste bil. I denne forbrugerundersøgelse blev 277 personbilmodeller opdelt i i alt ti kategorier ⁽¹³⁾. De seks kategorier A: minibiler, B: små biler, C: små mellemklassebiler, D: mellemklassebiler, E: store biler og F: luksusbiler svarer indholdsmæssigt, som det fremgår af en sammenligning mellem de personbilmodeller, der er omfattet af de forskellige kategorier eller »segmenter«, til de første af de seks segmenter, der er nævnt i betragtning 11 ovenfor. Coupéer, cabrioletter, terrængående biler og vaner er omfattet af særskilte segmenter.
- (14) Ifølge Volkswagen tilhører Passat det »segment«, som i denne forbindelse betegnes som segment D »store biler« (køretøjslængde mellem ca. 4,45 m og ca. 4,75 m og et prisinterval fra ca. 32 000 DEM for den laveste motorisering til ca. 60 000 DEM for topmotoriseringen) ⁽¹⁴⁾. Dette segment omfatter også de af Volkswagen nævnte bilmodeller fra andre fabrikanten, som indgår som alternativer i potentielle Passat-køberes overvejelser, f.eks. Audi A 4, Opel Vectra, BMW 3-serien, Ford Mondeo og Mercedes C-klassen.
- (15) Andre konkurrerende modeller blandt de store biler er: Alfa Romeo 156, Citroën Xantia, Lancia Dedra, Fiat Marea, Honda Accord, Mazda 626, Mitsubishi Carisma, Nissan Primera, Peugeot 406, Renault Laguna, Rover 400/600, Subaru Legacy, Suzuki Baleno, Toyota Avensis og Volvo S/V 40.

⁽⁷⁾ Volkswagen AG's svar af 21.2.2001 på Kommissionens begæring om oplysninger af 7.2.2001.

⁽⁸⁾ Se VDIK's pressemeddelelse af 13. august 1998, »Automobile Trends auf dem deutschen Markt«, som angiver tendenserne med hensyn til indregistreringer inden for markedssegmenterne »Mini, Small, Lower Medium, Medium, Upper Medium, Luxury, Sport, Offroad, MPV«.

⁽⁹⁾ Se Kommissionens beslutning af 24.5.1996 i sag IV/M.741 — Ford/Mazda (EFT C 179 af 22.6.1996, s. 3), Kommissionens beslutning af 14.3.1994 i sag IV/M.416 — BMW/Rover (EFT C 93 af 30.4.1994), Intra-EC Car Price Differential Report, 1992, s. 29.

⁽¹⁰⁾ Intra-EC Car Price Differential Report, 1992, s. 29.

⁽¹¹⁾ Auto, Motor und Sport, hæfte 22 af 21. oktober 1998, s. 126 ff.

⁽¹²⁾ Auto, Motor und Sport, hæfte 22 af 21. oktober 1998, s. 126 ff.

⁽¹³⁾ Minibiler, små biler, små mellemklassebiler, mellemklassebiler, store biler, luksusbiler, SUV-biler, cabrioletter, terrængående biler, vaner.

⁽¹⁴⁾ Volkswagen AG's oplysninger i svaret af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998, s. 3 (blad 42).

- (16) VW Passats andel i segmentet store biler (segment D) i Tyskland:

	1996	1997	1998	1999	2000
Antal indregistrerede biler i segment D i Tyskland i alt (alle fabrikater)	896 422	922 054	1 029 334	979 214	840 274
Antal udleverede VW Passat til kunder i Tyskland	104 274 (heraf 14 314 ny model)	136 979 (kun ny model)	158 595	130 677	96 761
Andel (%)	11,6	14,9	15,4	13,3	11,5

1.4. Prisforskelle mellem medlemsstaterne med hensyn til VW Passat

- (17) Kommissionen offentliggør to gange årligt en oversigt over bilpriserne i EU ⁽¹⁵⁾. Oplysningerne stilles til rådighed af bilfabrikanterne. Et af de mål, Kommissionen forfølger med offentliggørelsen af disse oversigter, er at øge prisgennemsigtigheden. Den endelige forbruger skal sættes i stand til at købe motorkøretøjer i de medlemsstater, hvor priserne og øvrige købsbetingelser er mest fordelagtige. Kommissionen tilstræber i den forbindelse imidlertid ikke at skabe ensartede priser inden for EU. Ved hjælp af den større prisgennemsigtighed ønsker den derimod at opnå, at prisforskellene reduceres som følge af de frigjorte markeds kræfter.
- (18) På grundlag af disse prisundersøgelser kan der mellem de forskellige medlemsstater i forbindelse med VW Passat eksempelvis konstateres følgende prisforskelle på grundlag af de foreliggende oplysninger for VW Passat Limousine Basic 100 hk:

Model VW Passat Limousine Basic 100 hk, 5 gear, 4 døre (*):

År	B	D	E	F	IRL	I	L	NL	A	P	S	UK	DK	FIN	EL
1.5.1996 (foregående model, 90 hk)	111,3	126,9	118,6	110,1	113,1	111,9	107,9	103,2	103,8	100,0	117,0	105,5	86,0	84,1	—
1.11.1996 (foregående model, 90 hk)	109,2	124,4	114,8	107,9	115,2	111,9	105,6	100,9	—	100,0	117,2	111,8	84,6	152,5	94,6
1.5.1997	108,0	125,3	104,3	108,6	108,3	111,1	109,1	100,0	109,7	107,5	110,4	126,9	85,4	141,6	92,3
1.11.1997	107,6	120,4	102,6	107,4	105,9	109,4	108,6	100,0	108,8	104,5	112,2	133,5	79,3	141,0	90,6
1.5.1998	107,4	116,9	100,7	105,3	105,0	108,6	108,6	100,0	106,0	103,7	113,4	136,4	79,8	79,3	91,7
1.11.1998	105,7	113,8	100,3	103,6	101,3	105,6	105,8	100,0	103,3	102,9	102,9	124,0	80,1	79,4	91,4
1.5.1999	121,6	124,2	109,4	114,4	101,4	117,7	117,7	110,8	115,4	113,9	117,1	139,9	88,8	100,0	103,5
1.11.1999	121,6	124,2	110,0	114,4	101,4	117,7	117,7	110,8	115,4	113,9	120,4	143,4	88,8	100,0	99,6

(*) Prisen før skat i det billigste land er sat til 100, idet dette kun omfatter landene Belgien, Tyskland, Spanien, Frankrig, Irland, Italien, Luxembourg, Nederlandene, Østrig, Portugal, Spanien og Det Forenede Kongerige. Bilpriserne i disse lande offentliggøres i de oversigter over bilpriserne i Den Europæiske Union, som Kommissionen offentliggør hvert halve år. I de tre lande Danmark, Finland og Grækenland, som er anført med kursiv, blev prisen beregnet i forhold til det billigste af de 12 øvrige lande. Efter indførelsen af den fælles valuta den 1. januar 1999 blev oversigten ændret, således at det billigste land i euroområdet (Finland) anvendes som referencemarked.

⁽¹⁵⁾ Bilpriser i Den Europæiske Union, Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber, Generaldirektorat IV — Konkurrence, diverse udgaver.

2. VOLKSWAGENS SALGSSYSTEM OG VOLKSWAGEN-MÆRKETS BETYDNING INDEN FOR NYE KØRETØJER

- (19) I Tyskland som i de øvrige EU-medlemsstater sælges de personbiler, som Volkswagen AG producerer, via forhandlere inden for rammerne af et selektivt og eksklusivt salgssystem. Volkswagen AG har indgået en forhandleraftale med disse forhandlere. Ifølge § 4, stk. 1, i standardforhandleraftalen i udgaven fra september 1995 og også de aftaler, der har været gældende fra den 1. januar 1998, overdrager Volkswagen AG et aftaleområde til den enkelte forhandler med hensyn til leveringsprogrammet og service. I sit markedsansvarsområde forpligter forhandleren sig derimod til intensivt at fremme salgs- og serviceaktiviteterne og udnytte markedspotentialet optimalt ⁽¹⁶⁾. Ifølge § 4, stk. 2, i forhandleraftalen må forhandleren hverken benytte mellemænd eller have filialer eller udleveringslagre uden for sit markedsansvarsområde. Forhandleren har også kun lov til at gøre brug af adresserede reklamer inden for sit markedsansvarsområde. De tyske Volkswagen-forhandlere må ifølge § 2, stk. 6, i forhandleraftalen ikke levere nye biler til uafhængige videreforgere.
- (20) I et mindre omfang sælges også nye biler via Volkswagen-værksteder. Disse sælger bilerne som kommissionær eller handelsagent for en Volkswagen-forhandlers regning. Denne er direkte aftalepart til køberen af den nye bil og fastsætter salgsprisen.
- (21) De tyske Volkswagen- og Audi-forhandleres interesserer i forhold til Volkswagen AG varetages af Volkswagen und Audi Händlerverband e.V., som repræsenteres af bestyrelse og ledelse. Der finder regelmæssigt møder sted mellem repræsentanter for forhandlerorganisationen og Volkswagen AG. Med skiftende mellemrum finder der lukkede møder (såkaldte »Klausurgespräche«) sted i forhandlerorganisationens bestyrelse (se betragtning 37-40), hvor det bl.a. fastlægges, hvilke emner der skal drøftes med det bestyrelsesmedlem i Volkswagen AG (Büchelhofer), der er ansvarligt for Volkswagen-mærket. Inden for rammerne af denne organisation finder der desuden møder sted i rådgivende udvalg (f.eks. det rådgivende udvalg »Fachkreis Verkauf/Marketing VW PKW«), hvor spørgsmål af fælles interesse drøftes. Volkswagen AG blev på de pågældende udvalgmøder repræsenteret af chefen for området »Vertrieb Deutschland«, Giffhorn. De medarbejdere inden for »Vertrieb Deutschland«, der var ansvarlige for forhandlerorganisationen, »Händlerorganisation«, var bl.a. Nolte og Peters. Området »Vertrieb Deutschland« er desuden opdelt i såkaldte »regioner«, som hver især er undergivet en regionalchef ⁽¹⁷⁾.
- (22) Med hensyn til forhandlerens rabatpraksis har Volkswagen AG meddelt Kommissionen, at det på grundlag af drøftelsen med forhandlerne inden for rammerne af det kortsigtede driftsregnskab er kendt, at tyske forhandlere tidligere har ydet en rabat på indtil 10 %, i enkelte tilfælde også derover, i forhold til den vejledende pris. Forhandlerens samlede rabatter udgjorde i 1994 9,1 %, i 1995 9,7 %, i 1996 10,1 % og i 1997 9,9 % ⁽¹⁸⁾.
- (23) På grundlag af nyindregistreringerne tegnede Volkswagen-mærket sig for følgende andel af personbiler i EU ⁽¹⁹⁾:

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Samlet marked (mio. enheder)	11,685	12,397	13,001	14,397	15,120	15,180
VW-personbiler (mio. enheder)	1,241	1,369	1,342	1,579	1,735	1,670
Markedsandel (%)	10,6	11,0	10,3	11,0	11,5	11,0

⁽¹⁶⁾ Aftaleområdet er salgscentrets område. En forhandlers egentlige markedsansvarsområde udgør en del af dette aftaleområde. Forhandlerens omtalte kontraktlige forpligtelser samt målvurderingen vedrører vedkommendes markedsansvarsområde. De pågældende bestemmelser er principielt identiske i alle forhandleraftaler. Der er navnlig tale om forskelle for de enkelte forhandlertyper (salgscenter (Z), mærkespecifikke forhandlere (M), universalforhandlere (U) og småforhandlere (K)) med hensyn til de fastsatte mål.

⁽¹⁷⁾ Se betragtning 44, 46, 48-50 og 52 og den dokumentation, der er omtalt i de pågældende fodnoter.

⁽¹⁸⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998.

⁽¹⁹⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 og 21.2.2001 på Kommissionens begæring om oplysninger.

- (24) På grundlag af nyindregistreringerne tegnede Volkswagen-mærket sig for følgende andel af personbiler i Tyskland ⁽²⁰⁾:

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Samlet marked (mio. enheder)	3,314	3,498	3,528	3,736	3,802	3,379
VW-personbiler (mio. enheder)	0,644	0,664	0,639	0,708	0,741	0,644
Markedsandel (%)	19,4	19,0	18,1	19,9	19,5	19,1

- (25) Ifølge Volkswagen AG udgjorde parallelimporten fra Belgien, Frankrig, Nederlandene, Spanien, Italien, Sverige og Danmark (se fodnote 25) til Tyskland for alle VW-personbilmodeller 17 355 (1998), 25 656 (1999) og 42 738 (2000) køretøjer.
- (26) Det samlede antal indregistrerede nye biler i Tyskland af VW Passat-modellen, der blev importeret fra andre medlemsstater, udgjorde i årene 1996-2000 i alt henholdsvis 8 728, 2 066, 3 345, 6 831 og 8 318 enheder ⁽²¹⁾.
- (27) Denne reimports andel af det samlede antal solgte VW Passat-biler i Tyskland (i 1996 navnlig den gamle model) udgjorde i perioden 1996-2000:

År	1996	1997	1998	1999	2000
Markedsandel	8,4 %	1,5 %	2,1 %	5,0 %	8,1 %

- (28) Volkswagen AG ⁽²²⁾ anfører endvidere, at der i Tyskland i 1997 blev solgt i alt 100, i 1998 i alt 696 højrestyrede Volkswagen-biler til kunder fra lande med højrestyring (Det Forenede Kongerige og Irland). I perioden 1997-2000 blev der i Tyskland solgt henholdsvis 4, 149, 111 og 96 højrestyrede køretøjer af VW Passat-modellen ⁽²³⁾.

3. DE ANFÆGTEDE FORANSTALTNINGER

3.1. Første advarsel til en forhandler

- (29) VW-forhandleren Autohaus Binder i Hofgeismar (direktør Glinicke) havde den 5. september 1996 i »Hessisch-Niedersächsische Allgemeine« (Ausgabe Land) med en introduktionspris inklusive indregistrering og afhentning på 32 469 DEM reklameret for grundmodellen af Passat 1,6 l ⁽²⁴⁾. En kopi af denne annonce blev den 24. september 1996 af VW-forhandleren Autohaus Neuenhagen, Niestetal, sendt til Volkswagen AG med kommentaren:

»Er dette absolut nødvendigt? Til orientering. Med venlig hilsen, Autohaus Neuenhagen«.

⁽²⁰⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 og 21.2.2001 på Kommissionens begæring om oplysninger.

⁽²¹⁾ Volkswagen AG's svar af 21.2.2001 på Kommissionens begæring om oplysninger af 7.2.2001; i vurderingen indgik landene Belgien, Frankrig, Nederlandene, Spanien, Italien, Sverige og Danmark.

⁽²²⁾ Brev fra Volkswagen AG til Kommissionen af 16.12.1998.

⁽²³⁾ Volkswagen AG's svar af 21.2.2001 på Kommissionens begæring om oplysninger af 7.2.2001.

⁽²⁴⁾ Annonce af 5.9.1996 (blad 60).

- (30) Samme dag, den 24. september 1996, modtog Autohaus Binder en advarsel fra Volkswagen pr. rekommanderet brev med modtagelsesbevis og pr. telefax ⁽²⁵⁾. I brevet hed det:

»Hr. Glinicke, ifølge § 2, stk. 6, i de ovennævnte forhandleraftaler ⁽²⁶⁾ og § 2, stk. 1, i de efterfølgende aftaler, der har været gældende fra den 1. januar 1998, er De forpligtet til at varetage Volkswagen AG's, Volkswagen-salgsorganisationens samt Volkswagen-mærkets interesser og i enhver henseende fremme disse.

Vi konstaterer, at Deres annoncering den 5. september 1996 i Hessisch-Niedersächsische Allgemeine (Ausgabe Land) vedrørende den nye Passat åbenlyst lader hånt om denne kontraktlige forpligtelse. Vi betragter dette som værende til særdeles stor skade for mærkets omdømme.

Vi ser os derfor foranlediget til at fremkomme med en advarsel og samtidig opfordre Dem til ikke en anden gang at indrykke en annonce med et indhold, der i den grad tilføjer mærkets omdømme skade.

I gentagelsestilfælde forbeholder vi os ret til at opsiges de nævnte aftaler.«

- (31) Ved brev af 27. september 1996 svarede ⁽²⁷⁾ Autohaus Binders direktør Volkswagen AG og meddelte, at man ikke kunne forstå, på hvilken måde VW AG var blevet skadet, og Autohaus havde tilsidesat eksisterende aftaler. Han understregede endvidere, at påstandene efter hans retsbevidsthed var retligt uholdbare. Binder kunne i den annonce, som lederen havde indrykket, heller ikke konstatere et indhold, som skulle kunne tilføje mærkets omdømme skade. Uanset den retlige vurdering støttede han personligt ikke denne avisannonce og havde givet en medarbejder, som tilsyneladende er ansvarlig for salget hos Autohaus Binder, besked om at undlade sådanne reklameaktiviteter i fremtiden.

3.2. Rundskrivelser til de tyske Volkswagen-forhandlere og -værksteder

- (32) På samme tidspunkt begyndte Volkswagen AG via rundskrivelser systematisk at opfordre alle medlemmer i sit tyske salgssystem til at udvise prisdisciplin. De centrale passager i de pågældende tre rundskrivelser gengives ordret nedenfor:

- (33) Rundskrivelse fra salgschefen for Tyskland af 26. september 1996 ⁽²⁸⁾:

(...)

»Det er imidlertid med stor skuffelse, at jeg må konstatere, at nogle få forhandlere allerede nu indrykker avisannoncer, hvori Passat tilbydes til priser, der ligger klart under de vejledende priser ⁽²⁹⁾. Jeg finder, at dette er til særdeles stor skade for mærkets omdømme, fordi man dermed allerede ved lanceringen sætter spørgsmålstegn ved Passatens nye værdi.

Jeg har — efter samråd med forhandlerforeningen — allerede truffet de nødvendige foranstaltninger i form af advarsler. Jeg vil gerne personligt anmode Dem om at følge de strengeste standarder og tilsende mig alle annoncer fra Volkswagen-samarbejdspartnere, hvor der ikke er udvist prisdisciplin. Jeg har planlagt at offentliggøre dette i passende omfang. Denne fremgangsmåde anser jeg også for at være særdeles nødvendig af hensyn til Deres indtjeningsituation. Med den nye Passat og det tidligere omtalte forhold mellem pris og kvalitet har vi en stor chance for markant at forbedre Deres virksomheders rentabilitet.«

(...)

⁽²⁵⁾ Brev fra Volkswagen AG (underskrevet Giffhorn, Leiter Vertrieb Deutschland, og Nolte, Vertrieb Deutschland/Händlerorganisation) til Autohaus Binder af 24.9.1996 (blad 59, tysk originaltekst).

⁽²⁶⁾ Kommissionens anmærkning: I overskriften i brevet hedder det: VW og Audi/forhandleraftale/VW-aftale vedrørende erhvervskøretøjer samt efterfølgende aftaler fra 1. januar 1998.

⁽²⁷⁾ Brev fra Autohaus Binder til Volkswagen AG af 27.9.1996 (blad 58).

⁽²⁸⁾ Rundskrivelse fra Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland, til alle Volkswagen-forhandlere og -værksteder af 26.9.1996 (blad 21, tysk originaltekst).

⁽²⁹⁾ (Ikke relevant).

- (34) Rundskrivelse fra salgschefen for Tyskland af 17. april 1997 ⁽³⁰⁾:

»Netop i forbindelse med Passat, som prismæssigt er særdeles konkurrencedygtig, mangler jeg enhver forståelse for forhandlerannoncer med priser, der ligger langt under de vejledende priser. Dette gælder navnlig med hensyn til forbedringen af Deres indtjeningssituation. Jeg forventer en konsekvent prisdisciplin.«

(...)

- (35) Rundskrivelse fra salgschefen for Tyskland af 26. juni 1997 ⁽³¹⁾:

»... men bekymringen for, at den appel, som jeg rettede til alle Volkswagen-forhandlere og -værksteder i mit brev af 17. april, muligvis ikke fuldt ud efterkommes. De vil huske følgende: det drejer sig om prisdisciplinen i detailledet, som er særdeles nødvendig, for at der kan indtræde en vending i Deres virksomheders indtjening.

Det ville ligefrem være skæbnesvangert, hvis de særdeles konkurrencedygtige priser på vore nye produkter, frem for alt i forbindelse med Passat Limousine og Variant, ikke blev udnyttet til at forbedre resultaterne. Gør Dem venligst klart, at salget af nye og brugte biler i mellemtiden tegner sig for over 80 % af den samlede omsætning. Med en så stor andel af omsætningen kan De kun opnå en væsentlig forbedring af indtjeningssituationen i hele Deres virksomhed, hvis De forbedrer kvaliteten af bilsalget, dvs. vedvarende nedsætter det hidtidige høje rabatniveau.

Volkswagen har lagt kursen for Deres succes: med teknisk og prismæssigt overlegne modeller og et margen- og bonussystem fra 1998, som svarer til indsatsen, råder De over markedsrelaterede og særdeles konkurrencedygtige salgspolitiske instrumenter til at kunne agere optimalt på markedet.

Jeg opfordrer Dem nu til at optræde prisbevidst på markedet. Store rabatter er også uansvarlige for produktet og mærket. Som fabrikanter kan vi ikke acceptere, hvis opfyldelsen af forhandleraftalen bringes i fare som følge af en ødelæggende prispolitik. Volkswagen AG må nødvendigvis reagere strengt over for noget sådant. Naturligvis vil der også fremover være tale om en præstationsorienteret konkurrence blandt forhandlerne. Denne bør imidlertid ikke foregå via prisen, men derimod navnlig på grundlag af kundernes tilfredshed.

Dette gælder ikke kun for Passat Variant. Vi har derfor besluttet indtil videre at kvotere alle volumenmodeller for at give Dem mulighed for at planlægge og overholde frister med større sikkerhed.«

3.3. Drøftelse af prisdisciplin med bestyrelsen for Volkswagen- og Audi-forhandlerorganisationen

- (36) Efter de dagsordener, som Volkswagen AG havde forelagt som svar på endnu en begæring om oplysninger ⁽³²⁾, var emnet »prisdisciplin« flere gange genstand for drøftelser mellem Volkswagen AG og bestyrelsen for Volkswagen- og Audi-forhandlerorganisationen.
- (37) Et af punkterne på dagsordenen for bestyrelsesmødet den 25. marts 1997 ⁽³³⁾ vedrørte under punkt 2.a) »Adfærd, der skader produktets omdømme/indtjeningsforbedring« som femte punkt »Bonifikation for »prisloyalitet«.
- (38) Af dagsordenen for bestyrelsesmødet den 20. maj 1997 ⁽³⁴⁾ fremgår det, at under punkt 2 »Prispolitik, der skader produktets omdømme/indtjeningsforbedring« skulle punktet »Hvornår sender fabrikanterne omsider klare signaler i denne henseende?« behandles.

⁽³⁰⁾ Rundskrivelse fra Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland, til alle Volkswagen-forhandlere og -værksteder af 17.4.1997 (blad 12, tysk originaltekst).

⁽³¹⁾ Rundskrivelse fra Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland, til alle Volkswagen-forhandlere og -værksteder af 26.6.1997 (blad 19, tysk originaltekst).

⁽³²⁾ Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998 til Volkswagen AG (blad 31).

⁽³³⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998, bilag 2 (blad 48).

⁽³⁴⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998, bilag 2 (blad 49).

- (39) Et punkt på dagsordenen for bestyrelsesmødet den 26. september 1997⁽³⁵⁾ under overskriften »Tværgående salgs-/nettemaer« var: »Prisdisciplin, drøftelse af yderligere foranstaltninger (Giffhorn, Nagel)«.
- (40) Endelig stillede Volkswagen- og Audi-forhandlerorganisationen pr. telefax af 24. oktober 1997⁽³⁶⁾ over for Volkswagen AG forslag om på det kommende bestyrelsesmøde under et dagsordenspunkt 2 »Præsentation af de punkter, der skal drøftes med Dr. Büchelhofer den 30. oktober 1997« at optage punktet: »d) Prisdisciplin, drøftelse af yderligere foranstaltninger«.
- (41) Volkswagen AG har i sit svar oplyst, at Volkswagens AG's direktion ikke havde beskæftiget sig med emnet »prisdisciplin«⁽³⁷⁾. Det fremgår imidlertid af forhandlerorganisationens telefax af 24. oktober 1997 (se betragtning 40 ovenfor) til Volkswagen AG, at det medlem af Volkswagen AG's direktion, som er ansvarlig for salget, den 30. oktober 1997 skulle have fået til opgave at tage sig af dette emne og drøftelsen af yderligere foranstaltninger i denne henseende. Volkswagen AG oplyste imidlertid i denne forbindelse, at der ikke blev udarbejdet mødereferater af disse drøftelser.

3.4. Drøftelse af prisdisciplin i Volkswagen-forhandlerforeningen

- (42) I modsætning til møderne i Volkswagen- og Audi-forhandlerorganisationen foreligger der referater af møderne i Volkswagen-forhandlerforeningen. I referatet af forhandlerforeningens møde i »Fachkreis Verkauf/Marketing« den 16. juni 1997⁽³⁸⁾, som foruden ti repræsentanter fra udvalget også havde deltagelse af syv medarbejdere fra Volkswagen AG, heriblandt salgschefen for Tyskland, fremgår følgende under »TOP 11 underbudsrabatter«:

»Fra fabrikantside vil man navnlig i lyset af de skadelige virkninger for produktets og mærkets omdømme også fremover tage alle retligt forsvarlige foranstaltninger i betragtning, som medfører en øget prisdisciplin i detailledet.«

- (43) Af referatet af forhandlerforeningens møde i samme udvalg den 16. oktober 1997⁽³⁹⁾, som foruden repræsentanter fra udvalget også havde deltagelse af ti medarbejdere fra Volkswagen AG, heriblandt salgschefen for Tyskland, fremgår følgende under punkt »6.4 Rabatadfærd« blandt TOP 6, »Diverse«:

»Enkelte forhandlere har allerede inden Golf A 4's lancering på markedet reklameret for denne med urimeligt store rabatter og opnået gennemslagskraft blandt publikum. Denne adfærd, der skader mærkets og produktets omdømme, fordømmes af såvel forhandlerforeningen som fabrikanter, og der tages udtrykkeligt afstand herfra.«

3.5. Yderligere foranstaltninger til håndhævelse af prisdisciplin over for forhandlere

- (44) VW-forhandleren Bernard Rütz i Konz havde i weekendudgaven af »Trierischer Volksfreund« af 21.-22. september 1996 tilbudt den nye VW Passat »superbilligt til afhentningspriser fra 32 649 DEM inklusive indregistrering og levering«⁽⁴⁰⁾.

Den 2. oktober 1996 fik denne forhandler en skriftlig advarsel fra Volkswagen AG⁽⁴¹⁾. Brevet har praktisk talt samme ordlyd som brevet til forhandleren Binder. Kun det sidste afsnit er formuleret anderledes. Det lyder:

»I gentagelsestilfælde vil vi indlede retlige skridt.«

⁽³⁵⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998, bilag 2 (blad 51).

⁽³⁶⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998, bilag 2 (blad 50).

⁽³⁷⁾ Volkswagen AG's svar af 10.9.1999 på klagepunktsmeddelelsen, punkt 6.

⁽³⁸⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998, bilag 1 (blad 46, tysk originaltekst).

⁽³⁹⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998, bilag 1 (blad 47, tysk originaltekst).

⁽⁴⁰⁾ Telefax af 1.10.1996 til Volkswagen AG, Region Köln (blad 72).

⁽⁴¹⁾ Brev fra Volkswagen AG af 2.10.1996 til Bernhard Rütz GmbH (blad 71, tysk originaltekst).

- (45) Forhandleren Rütz afviste denne advarsel ved brev af 2. oktober 1996 ⁽⁴²⁾. Han gjorde gældende, at det ikke fremgik, på hvilken måde han skulle have handlet i strid med forhandleraftalen.
- (46) Forhandleren Gramling fra Karlsruhe havde i weekendudgaven af »Badische Neueste Nachrichten (BNN)« af 5. oktober 1996 indrykket en annonce for den nye VW Passat og tilbudt den til 33 500 DEM ⁽⁴³⁾. Denne annonce blev første gang sendt til Volkswagen AG den 7. oktober 1996 med opfordring til at gribe ind som omhandlet i den første rundskrivelse af 26. september 1996.
- (47) I et brev af 7. oktober 1996 til Volkswagen AG's salgschef for Tyskland gør Autohaus Morrkopf opmærksom på denne annonce i BNN. Det hedder videre i brevet ⁽⁴⁴⁾:

»Da De, hr. Giffhorn, har behandlet denne adfærd, der er til skade for mærkets omdømme, i samråd med forhandlerforeningen, er det uforståeligt for mig, hvorfor hr. Hengehold og Haus Gramling reklamerer med sådanne annoncer. For mig er det endnu et tegn på, at intrabrand-konkurrencen fortsætter.

Ovennævnte bilforhandler reklamerede også med kundeservice »dumpingpriser: i BNN-udgaven af 21. september 1996«.

- (48) Det fremgår af et notat fra Volkswagen AG, Regionalleitung Südwest/Franken, til salgschefen for Tyskland af 7. oktober 1996, at forhandleren Gramlings pris svarer til en rabat på 7 % ⁽⁴⁵⁾. Det hedder videre i notatet:

»Det er fuldstændig uforståeligt, at hr. Hengehold som medlem af forhandlerforeningen hører blandt de partnere, der endnu inden lanceringen på markedet udlover den nye Passat med en markant rabat. Da hr. Hengehold først er til stede den 14. oktober 1996, har jeg telefonisk opfordret den ansvarlige salgsleder, hr. Seifried, til med øjeblikkelig virkning at afholde sig fra at give sådanne pristilbud, der skader mærkets image, og oplyst ham om, at vi som Volkswagen AG forbeholder os ret til at træffe yderligere foranstaltninger.«

- (49) I et brev fra Volkswagen AG af 16. oktober 1996 ⁽⁴⁶⁾ til Autohaus Hirschauer i Baierbrunn vedrørende »Rabatter — Passat B 5« hedder det:

»Hr. Hirschauer

Ved brev af 26. september 1996 blev de af vor salgschef, hr. Peter Giffhorn, opfordret til at udvise prisdisciplin i forbindelse med den nye Passat.

Den 10. oktober 1996 indrømmede Deres sælger, hr. Aurich, allerede pr. telefon en rabat på over 12 %. En sådan adfærd betragter vi som skadelig for mærkets omdømme, da der herved allerede ved lanceringen sættes spørgsmålstegn ved Passatens nye værdi.

Med den nye Passat og det dermed forbundne forhold mellem pris og kvalitet har De en stor chance for at forbedre Deres virksomheds rentabilitet.

Hermed giver vi Dem en advarsel og opfordrer Dem til omgående at bringe denne handlemåde til ophør.

...«

⁽⁴²⁾ Bernhard Rütz GmbH's brev af 2.10.1996 til Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland (blad 70).

⁽⁴³⁾ Telefax af 7.10.1996 fra Offermann til Volkswagen AG, Region Stuttgart (blad 53); brev samt bilag fra Autohaus Morrkopf af 7.10.1996 til Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland (blad 54-57).

⁽⁴⁴⁾ Autohaus Morrkopfs brev af 7.10.1996 til Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland (blad 54 f., tysk originaltekst).

⁽⁴⁵⁾ Intern meddelelse i Volkswagen AG, Regionalleitung Südwest/Franken, til Leiter Vertrieb Deutschland af 7.10.1996 (blad 52, tysk originaltekst).

⁽⁴⁶⁾ Brev fra Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland, Region München, af 16.10.1996 til Auto Hirschauer KG (blad 69, tysk originaltekst).

- (50) Den 10. april 1997 fandt der et møde sted mellem to repræsentanter for Volkswagen AG, Region Süd, og forhandleren Hirschauer i Baierbrunn. Af referatet af mødet den 10. april 1997 ⁽⁴⁷⁾ med overskriften »Ødelæggende rabatadfærd hos forhandleren Hirschauer i Baierbrunn« fremgik indholdet af drøftelserne: Repræsentanten for Volkswagen AG, Region Süd, gjorde de tre tilstedeværende repræsentanter for Autohaus Hirschauer opmærksom på, at der i første halvår var solgt 54 køretøjer inden for og 369 uden for markedsansvarsområdet. Dette skyldtes, at firmaet Hirschauer hvervede kunder via avisannoncer med høje rabatter. Disse kunder blev ikke og kunne slet ikke betjenes af serviceafdelingen.
- (51) Det blev endvidere påtalt, at firmaet Hirschauer ikke i tilstrækkelig grad bearbejdede sit eget markedsansvarsområde, da kun 54 % ⁽⁴⁸⁾ af udleveringerne blev foretaget i firmaets eget markedsansvarsområde, hvilket ligger under gennemsnitsværdien på 72 %. Det fremgår i slutningen af notatet, at det er aftalt mellem repræsentanterne for Volkswagen AG og Autohaus Hirschauer, at:
- »på grundlag af relevante mål, som hr. Aurich er gjort bekendt med (rabatadfærd, ibyttetagning af brugte biler ⁽⁴⁹⁾ osv.), skal udleveringerne stabiliseres på et antal, der svarer til firmaets størrelse.«
- (52) Brevet fra Volkswagen AG, »Vertrieb Deutschland, Region Süd«, af 18. april 1997 blev fremsendt i forlængelse af dette møde med Autohaus Hirschauer ⁽⁵⁰⁾. Det hedder i brevet med overskriften »Rabatadfærd«:

»Hr. Hirschauer

Hermed bekræfter vi den drøftelse, der fandt sted den 10. april 1997 i Volkswagen Region Süd.

Anledningen hertil var den fortsat uændrede markedsforstyrrende adfærd i forbindelse med tilbuddet på den nye bil i offentligheden. Allerede ved brev af 16. oktober 1996 så vi os tvunget til at fremkomme med en advarsel til Dem.

Den generelle situation blev udførligt drøftet med Dem, og det fremgik ved den lejlighed, at De kun udnytter 54 % af deres eget marked i sektoren for nye biler, at de ibyttetagne brugte biler ikke sælges af Deres virksomhed til endelige aftagere, og at kunderne til nye biler hverves gennem avisannoncer med store rabatter.

Dette strider mod enhver handelssædvane, hvilket også bekræftes af det dårlige driftsresultat (svagt resultat, til dels underskud) i perioden 1994-1996, som vi i mellemtiden har fået forelagt.

Vi kunne ikke andet end få det indtryk, at Deres sælger, hr. Aurich, har for frie hænder, og at De ikke længere kan overskue omfanget af hans aktiviteter.

Det blev aftalt, at der sammen med hr. Aurich skriftligt skulle fastsættes konkrete mål, f.eks. antal enheder, rabatter, ibyttetagning af brugte biler osv., og at disse skulle afpasses efter Deres virksomheds størrelse og markedsstørrelse.

I denne forbindelse opfordrer vi i vor fælles interesse (image) Dem endnu en gang udtrykkeligt til at ændre Deres adfærd som anført ovenfor, da kontraktretlige konsekvenser i modsat fald er uundgåelige.

(...)

⁽⁴⁷⁾ Mødereferat af 10.4.1997 fra Volkswagen AG, Region Süd (blad 68, tysk originaltekst).

⁽⁴⁸⁾ Denne procentsats findes i mødereferatet, men svarer ikke til de ovennævnte absolutte salgstal.

⁽⁴⁹⁾ (Ikke relevant).

⁽⁵⁰⁾ Brev fra Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland, Region Süd, af 18.4.1997 til Auto Hirschauer KG (blad 66, tysk originaltekst).

- (53) Autohaus Tiemeyer i Bochum sendte i september 1998 salgsbreve til sine kunder, hvori de blev inviteret til et åbent hus-arrangement lørdag, den 12. september 1998 ⁽⁵¹⁾. Det hed i brevet:
- »Her kan De i ro og mag se nærmere på de nyeste modeller fra Volkswagen og Audi, og vi har i den anledning en række særtilbud til Dem.
- I forbindelse med åbent hus-arrangementet yder
- vort værksted 20 % rabat på alle arbejdsløbninger
 - vort reservedelslager 15 % rabat på alle reservedele
 - vor brugtvoagsafdeling 10 % rabat i forbindelse med alle brugte biler
 - vor afdeling for nye biler 10 % i forbindelse med alle biler.«
- (54) Volkswagen AG gjorde med brev af 13. oktober 1998 ⁽⁵²⁾ Autohaus Tiemeyer opmærksom på følgende:
- »I forbindelse med Deres »åbent hus-arrangement« har De sendt salgsbreve til Deres kunder, hvori de tilbydes urimeligt store rabatter på nye biler, reservedele og værkstedsydelser fra Deres virksomhed.
- Helt bortset fra, at vi anser denne reklameadfærd for at være til særdeles stor skade for mærkets omdømme, gør vi Dem opmærksom på, at der her er tale om en tilsidesættelse af rabatloven.
- Vi opfordrer Dem derfor til i fremtiden at afholde Dem fra at afgive reklametilbud af denne art.«
- (55) Autohaus Tiemeyer bekræftede den 19. oktober 1998 følgende over for Volkswagen AG:
- »... vi henviser til den samtale, vi havde med Dem i dag vedrørende vort åbent hus-arrangement, og kan meddele Dem, at vi ikke igen vil gennemføre et sådant arrangement, da vi selv er kommet til den erkendelse, at vi her har ramt ved siden af ...« ⁽⁵³⁾.

4. ARTIKEL 81 (TIDLIGERE ARTIKEL 85) ⁽⁵⁴⁾, STK. 1

4.1. Aftale mellem virksomheder

- (56) Volkswagen AG og virksomhedens tyske forhandlere er virksomheder som omhandlet i artikel 81, stk. 1.
- (57) De tre rundskrivelser (se betragtning 33-35) har tilknytning til kontraktforholdet mellem Volkswagen AG og forhandlerne. Rundskrivelserne konkretiserer dette forhold med hensyn til prisfastsættelsen på en sådan måde, at forhandlerne ikke skal betragte de katalogpriser, der er fastsat for den nye VW Passat, som vejledende, men derimod i det væsentlige som bindende priser, og højst må yde ubetydelige rabatter. I den første rundskrivelse af 26. september 1996 blev denne instruks suppleret med opfordringen til, at forhandlerne tilsendte Volkswagen AG »alle annoncer fra Volkswagen-samarbejdspartnere, hvor der ikke er udvist prisdisciplin«. Rundskrivelserne fastsætter således Volkswagen AG's salgspolitik for en bestemt personbilmodel. Ifølge Domstolens retspraksis ⁽⁵⁵⁾ indebærer adgangen til forhandlernettet, at aftaleparterne udtrykkeligt eller stiltiende accepterer fabrikantens salgspolitik. Rundskrivelserne er derfor blevet en del af Volkswagen AG's aftaler med virksomhedens forhandlere, da de kan betragtes som en del af faste forretningsforbindelser på grundlag af en eksisterende generel aftale (forhandleraftalen).

⁽⁵¹⁾ Brev fra H. Tiemeyer KG af 9.9.1998 til kunder (blad 64 f., tysk originaltekst).

⁽⁵²⁾ Brev fra Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland, Händlerorganisation, af 13.10.1998 (blad 62, tysk originaltekst).

⁽⁵³⁾ Brev fra H. Tiemeyer KG af 19.10.1998 til Volkswagen AG (blad 61, tysk originaltekst).

⁽⁵⁴⁾ En del af overtrædelsesperioden ligger inden Amsterdam-traktatens ikrafttræden den 1. maj 1999, hvor den nuværende artikel 81 i EF-traktaten stadig var artikel 85 i EF-traktaten. I det følgende henvises der kun til artikel 81, da bestemmelsens indhold ikke er blevet ændret ved omnummereringen i Amsterdam-traktaten.

⁽⁵⁵⁾ Se Domstolens dom af 25. oktober 1983, sag 107/82, AEG mod Kommissionen, Sml. 1983, s. 3151 (s. 3195); Domstolens dom af 17. september 1985, forenede sager 25 og 26/84, Ford mod Kommissionen, Sml. 1985, s. 2725 (s. 2743).

- (58) De advarsler, som er fremsat over for fem Volkswagen-forhandlere (se betragtning 29 ff. og 44 ff. ovenfor), hvoraf brevet til Autohaus Binder af 24. september 1996 (se betragtning 30 ovenfor) blev sendt allerede kort tid inden den første af de tre rundskrivelser til alle tyske forhandlere, har ligeledes tilknytning til kontraktforholdet mellem Volkswagen AG og virksomhedens forhandlere. De konkretiserer dette forhold med hensyn til forhandlerens prispolitik på en sådan måde, at disse bør ændre deres prispolitik og i det væsentlige bør nævne Volkswagen AG's vejledende priser på VW Passat og forlange dem ved salget af bilerne. Disse advarsler, hvori forhandlerne blev truet med retlige konsekvenser i tilfælde af manglende overholdelse af instrukserne, er derfor ligeledes blevet en del af aftalerne mellem Volkswagen AG og de forhandlere, der har fået en advarsel.
- (59) Det kan således konstateres, at der mellem Volkswagen AG og virksomhedens tyske forhandlere fandtes et system af aftaler, som bestod af tre rundskrivelser og de advarsler, der var fremsat over for enkelte forhandlere, og som havde til formål at gennemføre prisdisciplinen i forbindelse med den nye VW Passat. Denne målsætning blev i øvrigt bekræftet på Volkswagen AG's møder med forhandlerforeningen (se betragtning 42 f. ovenfor).
- (60) Volkswagen AG bestrider, at de pågældende foranstaltninger er aftaler som omhandlet i artikel 81, stk. 1. Virksomheden er af den opfattelse, at de anfægtede foranstaltninger er ensidige handlinger, som ikke er omfattet af denne artikel ⁽⁵⁶⁾. Mens der i de af Kommissionen nævnte sager, AEG ⁽⁵⁷⁾ og Ford ⁽⁵⁸⁾, og også i BMW-sagen ⁽⁵⁹⁾ var tale om fortolkningen af en kontraktbestemmelse eller spørgsmålet om den materielle rækkevidde af en bestemmelse, er der med hensyn til den pågældende prispolitik intet tilknytningsmoment i aftalen. Tværtimod strider denne politik mod § 8, stk. 1, i forhandleraftalen, hvorefter fabrikanten kun har lov til at fastsætte vejledende priser. Den salgspolitik, som Volkswagen havde fulgt, var derfor heller ikke, som påstået af Kommissionen, stiltiende blevet accepteret af forhandlerne i forbindelse med aftalens indgåelse.
- (61) Det synspunkt, som Volkswagen AG giver udtryk for, kan ikke godtages af flere grunde.
- (62) For det første har Retten i Første Instans i sin dom i »Volkswagen«-sagen med udtrykkelig henvisning til dommene i »Ford«- og »BMW«-sagerne fastslået, at der i forbindelse med opfordringer fra fabrikanten til forhandlere er tale om en aftale, når de har til formål at påvirke forhandlerne ved opfyldelsen af aftalen med fabrikanten eller importøren ⁽⁶⁰⁾. Denne betingelse var entydigt opfyldt i denne forbindelse. Om aftalen indeholdt en specifik bestemmelse, som den pågældende opfordring fra Volkswagen AG havde tilknytning til, eller om denne opfordring var i strid med en anden bestemmelse i aftalen, er således uden betydning.
- (63) For det andet kan påstandene om, at der ikke fandtes noget tilknytningsmoment i aftalen, og at opfordringen endog var i strid med aftalens § 8, stk. 1, under ingen omstændigheder godtages.
- (64) Som det fremgår af dokumenterne, havde Volkswagen AG's opfordringer tilknytning til § 2, stk. 6, i VW/Audi-forhandleraftalen ⁽⁶¹⁾ og § 2, stk. 1, i Volkswagen-forhandleraftalen ⁽⁶²⁾. På grundlag heraf er VW-forhandlerne forpligtede til »at varetage VW AG's, Volkswagen-salgsorganisationens samt Volkswagen-mærkets interesser og i enhver henseende fremme disse. Forhandleren opfylder i den forbindelse alle krav til opfyldelse af formålet med aftalen med hensyn til salget af fabriksnye Volkswagen-biler, reservedelslagre, service, salgsfremmende foranstaltninger, reklame- og træningsaktiviteter samt sikring af effektivitetsniveauet for de forskellige områder af Volkswagen-aktiviteterne«. Der henvises udtrykkeligt til denne bestemmelse i advarselsbrevene til forhandlerne Binder af

⁽⁵⁶⁾ Se punkt 2, 14 og navnlig punkt 15-19 i Volkswagen AG's svar af 10.9.1999 på klagepunktsmeddelelsen.

⁽⁵⁷⁾ Op.cit., se fodnote 55.

⁽⁵⁸⁾ Op.cit., se fodnote 55.

⁽⁵⁹⁾ Domstolens dom af 24. oktober 1995, sag C-70/93, BMW mod BMW ALD Autoleasing, Sml. 1995 I, s. 3439, 3467 f.

⁽⁶⁰⁾ Førsteinstansrettens dom af 6. juli 2000, sag T-62/98, Volkswagen mod Kommissionen, Sml. 2000 II, s. 2707, præmis 236.

⁽⁶¹⁾ I udgaven fra januar 1989; den heri indeholdte bestemmelse blev stort set overtaget ordret i § 2, stk. 1, i Volkswagen-forhandleraftalen fra september 1995.

⁽⁶²⁾ I udgaven fra september 1995; fra den 1. januar 1998 var en ny udgave gældende, hvor denne bestemmelse (fortsat § 2, stk. 1) imidlertid var uændret.

24. september 1996 (se betragtning 29 ovenfor) og Rütz af 2. oktober 1996 (se betragtning 44 ovenfor). Nærmere bestemt betegnes disse forhandlers prispolitik som værende »til skade for mærkets omdømme«, og forhandlerne opfordres til »ikke en anden gang at indrykke en (sådan) annonce«. I de øvrige relevante dokumenter henvises der ganske vist ikke til en præcis bestemmelse i forhandleraftalen, men det fremgår dog klart, at Volkswagen AG's formål også i denne forbindelse var gennem egnede »krav« at konkretisere forhandlerens nævnte generelle forpligtelse til at varetage og fremme fabrikantens interesser. I den første og den tredje rundskrivelse, under drøftelserne med forhandlerorganisationen (VW og Audi) og forhandlerforeningen (VW) samt i brevene til forhandlerne Gramling, Hirschauer og Tiemeyer gøres det klart, at ydelsen af store rabatter efter Volkswagens AG's opfattelse mærkbart påvirker disse interesser negativt. Sådanne rabatter betegnes også i denne forbindelse som værende »til skade for mærkets omdømme« og »til skade for produktets omdømme«.

- (65) Der kan heller ikke være tale om en »modstrid« mellem den nævnte opfordring og § 8, stk. 1, i forhandleraftalerne. Ifølge denne bestemmelse »(fastsætter) VW AG ... vejledende detailpriser og rabatter«. Disse vejledende priser indgår ifølge de efterfølgende stykker i denne bestemmelse i beregningen af de priser og udligningskrav, som gælder mellem forhandleren og fabrikanten. Det forhold, at fabrikanten med denne mekanisme har ret til at angive vejledende priser, giver ikke forhandlerne nogen specifik garanti for, at fabrikanten også i al fremtid vil undlade at føre en bindende prispolitik, f.eks. inden for rammerne af § 2, stk. 1, i forhandleraftalen.
- (66) Deltagernes adfærd giver også mange holdepunkter til støtte for denne fortolkning. Hvis de anfægtede opfordringer ikke havde været dækket af forhandleraftalen eller endog havde været i strid med den, som Volkswagen AG nu (efterfølgende) påstår, havde fabrikanten næppe kunnet true forhandlerne med foranstaltninger inden for rammerne af forhandleraftalen. I denne forbindelse strider Volkswagen AG's påstand om ⁽⁶³⁾, at virksomheden »ikke havde forbeholdt sig ret til at træffe en eller anden form for foranstaltninger i tilfælde af, at en forhandler ikke overholder de vejledende priser«, klart mod de relevante dokumenter. I de ovennævnte breve blev forhandlerne Binder og Rütz truet med, at de »i gentagelsestilfælde« måtte regne med »opsigelse« af forhandleraftalen eller med »retlige skridt«. Også i brevet til Autohaus Hirschauer af 18. april 1997 (se betragtning 52 ovenfor) truede Volkswagen AG med, at »kontraktretlige konsekvenser er uundgåelige«, såfremt forhandleren ikke ændrede sin adfærd. Det fremgår ligeledes af svarbrevene fra forhandlerne Binder af 27. september 1995 (betragtning 31 ovenfor) og Rütz af 2. oktober 1996 (betragtning 45 ovenfor), at de pågældende forhandlere absolut satte advarslerne i en kontraktretlig sammenhæng. De bestred ganske vist over for Volkswagen AG, at de havde handlet i strid med ordlyden af aftalen i dens oprindelige udgave, der formelt var underskrevet af fabrikant og forhandler. De har imidlertid tydeligvis forstået opfordringerne på den måde, at disse (nu) skulle præcisere aftalen i overensstemmelse med Volkswagen AG's ønsker. Forhandleren Binder gav således Volkswagen AG det svar, at han havde givet sin ansvarlige medarbejder besked om fremover ikke at indrykke annoncer af den af fabrikanten påtalte art. Ingen af forhandlerne har påstået, at Volkswagen AG's instruks ikke havde tilknytning til forhandleraftalen.
- (67) I samme retning peger udtalelserne fra forhandlerens repræsentanter samt fra en enkelt forhandler. Dagsordenerne for forskellige bestyrelsesmøder i forhandlerorganisationen, som blev afholdt efter Volkswagens indførelse af den anfægtede prispolitik, giver generelt oplysninger om organisationens holdning til fabrikantens foranstaltninger, som medfører en øget prisdisciplin. Disse betragtes på ingen måde som værende uden for aftalen, men hilses derimod velkomne (se betragtning 36 ff. ovenfor). Samme holdning blev tilkendegivet af repræsentanterne for forhandlerne i Volkswagen-forhandlerforeningen, hvilket fremgår af referaterne af møderne den 16. juni 1997 og den 16. oktober 1997 (se betragtning 42 og 43 ovenfor). Ifølge sidstnævnte referat betegner forhandlerorganisationen store rabatter i forbindelse med en anden nyintroduceret model som en »adfærd, der skader mærkets og produktets omdømme«, som den »udtrykkeligt (tager) afstand fra«. Endelig betegnedes også forhandleren Morrkopf en anden forhandlers store rabatter som værende »til skade for mærkets omdømme« og tøvede derfor ikke med at indberette dette i overensstemmelse med opfordringen i Volkswagen AG's første rundskrivelse.
- (68) Det er i denne forbindelse ikke nødvendigt at tage stilling til, om og i hvilket omfang de tyske Volkswagen-forhandlere rent faktisk har ændret deres prisfastsættelse på grundlag af rundskrivelserne og advarslerne.

⁽⁶³⁾ Volkswagen AG's svar af 10.9.1999 på klagepunktsmeddelelsen, punkt 17.

- (69) På baggrund af ovenstående kan den påstand, som Volkswagen AG som led i den administrative procedure efterfølgende har fremsat om, at rundskrivelserne og advarslerne ikke havde tilknytning til forhandleraftalerne og endog var i strid med disse, hvorfor der var tale om ensidige foranstaltninger, ikke godtages.

4.2. Konkurrencebegrænsning

- (70) Det fremgår af nedenstående betragtninger, at de pågældende foranstaltninger har begrænset konkurrencen mærkbart. Volkswagen AG har i øvrigt heller ikke bestridt dette i sit svar på klagepunktsmeddelelsen.

4.2.1. Formålet med foranstaltningerne: begrænsning af konkurrencen

- (71) Det erklærede formål med Volkswagen AG's tre rundskrivelser og advarslerne til forhandlerne var at få alle tyske Volkswagen-forhandlere⁽⁶⁴⁾ til at undlade eller under alle omstændigheder ikke i væsentlig grad at afvige fra de »vejledende« katalogpriser. Formålet med foranstaltningerne var således bindende salgspriser, dvs. en begrænsning af intrabrand-konkurrencen på prisområdet. Der er således tale om et tilfælde af prisfastsættelse som omhandlet i artikel 81, stk. 1, litra a).
- (72) Volkswagen AG anfører i forbindelse med forhandleren Tiemeyer, at denne havde handlet i strid med den tyske rabatlov, og at der derfor ikke var tale om en konkurrencebegrænsning. Det kan hertil bemærkes, at rabatloven kun forbyder fastsættelse af bestemte priser, som er resultatet af »rabatter« (på mere end 3 %) i forhold til »normale« priser. Det er derimod ikke forbudt for forhandleren at fastsætte de samme priser uden at fremstille dem som et resultat af rabatter. Det, der spillede en rolle for Volkswagen, var ikke — eller i hvert fald ikke kun — den form for prisfastsættelse, der efter virksomhedens opfattelse var ulovlig efter rabatloven, men derimod selve prisniveauet.

4.2.2. Virkning af foranstaltningerne

- (73) Volkswagen AG anfører endvidere, at de forskellige rundskrivelser ikke har ændret forhandlerens adfærd, og at forhandlerne fortsat har ydet rabatter på ca. 10 % af den vejledende katalogpris⁽⁶⁵⁾.
- (74) Under de foreliggende omstændigheder er det næppe muligt at fastslå forhandlerens præcise adfærd. Dette er imidlertid heller ikke nødvendigt. Ifølge fast retspraksis er det for anvendelsen af artikel 81, stk. 1, tilstrækkeligt, at den pågældende foranstaltning, som i den foreliggende sag (se betragtning 71 f), har til formål at begrænse konkurrencen. Det er derimod ikke nødvendigt at fastslå, at den også har en sådan begrænsning til følge⁽⁶⁶⁾.

4.2.3. Konkurrencebegrænsningens mærkbarhed

- (75) Mærkbarheden af begrænsningen af priskonkurrencen på grundlag af rundskrivelserne og advarslerne til forhandlerne, hvis formål blev bekræftet på møderne i forhandlerforeningen, fremgår i den foreliggende sag af en samlet betragtning af følgende aspekter:

⁽⁶⁴⁾ Det forhold, at forhandleren Rütz trådte ud af forhandlernettet ved udgangen af 1997, er uden betydning, da overtrædelsen derefter fortsat var gældende for alle (resterende) forhandlere i dette net.

⁽⁶⁵⁾ Punkt 21 i Volkswagen AG's svar på klagepunktsmeddelelsen med henvisning til virksomhedens svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger (se betragtning 22 i denne beslutning).

⁽⁶⁶⁾ Se f.eks. Førsteinstansrettens dom af 6. april 1995, sag T-143/89, Ferriere Nord mod Kommissionen, Sml. 1995 II, s. 917; Førsteinstansrettens dom af 6. juli 2000, sag T-62/98, Volkswagen mod Kommissionen, præmis 178; Førsteinstansrettens dom af 19. maj 1999, sag T-176/95, Accinauto mod Kommissionen, Sml. 1999 II, s. 1635, præmis 106; Kommissionens meddelelse, retningslinjer for vertikale begrænsninger (EFT C 291 af 13.10.2000, s. 1 ff., nr. 7).

- (76) For det første havde de anfægtede foranstaltninger til formål at fastsætte salgspriser og dermed at udelukke en væsentlig konkurrencevariabel, dvs. muligheden for at indrømme rabatter. Betydningen af denne konkurrencefaktor i bilbranchen bekræftes også af artikel 6, stk. 1, nr. 6, i forordning (EF) nr. 1475/95⁽⁶⁷⁾.⁽⁶⁸⁾ Ifølge denne bestemmelse indrømmes der ikke fritagelse, når bl.a. fabrikanten begrænser forhandlerens frihed til at fastsætte priser og rabatter ved salg af aftalevarer⁽⁶⁹⁾.
- (77) For det andet tog de sigte på at få forhandlerne til at føre en prispolitik, som i vidt omfang afveg fra den normale konkurrencemæssige adfærd. Ifølge Volkswagen AG har de tyske Volkswagen-forhandlere, på grundlag af deres samlede udbud af varer og tjenesteydelser, i gennemsnit ydet rabatter på 9,7 % (1995), 10,1 % (1996) og 9,9 % (1997) på de vejledende katalogpriser (se betragtning 22 ovenfor). I forbindelse med nye bilmodeller ydes der ifølge disse oplysninger⁽⁷⁰⁾ ganske vist for det meste lavere rabatter end i forbindelse med udgåede modeller. Med hensyn til den nye VW Passat forholdt dette sig imidlertid tilsyneladende anderledes: Denne model blev således af en af de forhandlere, der modtog en advarsel (se betragtning 48 ovenfor), tilbudt med en rabat på 7 %, af en anden imidlertid med en rabat på 12 % (se betragtning 49 ovenfor). Størrelsen af disse rabatter, som ved hjælp af de anfægtede foranstaltninger så vidt muligt skulle reduceres til nul, giver et holdepunkt for den konkurrencemæssige adfærd, som man kunne have forventet uden disse foranstaltninger. Volkswagen AG indrømmer selv, at »der formentlig ikke vil være en eneste forhandler, som ikke yder rabat«⁽⁷¹⁾.
- (78) For det tredje vedrørte den ovenfor beskrevne begrænsning af priskonkurrencen alle tyske forhandlere i Volkswagen AG's selektive og eksklusive salgnet og havde navnlig til formål at begrænse intrabrand-konkurrencen mellem de tyske Volkswagen-forhandlere indbyrdes, men også intrabrand-konkurrencen mellem tyske og udenlandske Volkswagen-forhandlere. I nedenstående afsnit 4.3 undersøges sidstnævnte aspekt yderligere.
- (79) For det fjerde er VW Passat en meget populær bilmodel i Tyskland hvad angår såvel de absolutte salgstal som under hensyntagen til det »segment«, som den tilhører. I segment D var VW Passat i Tyskland i 1997, dvs. allerede kort tid efter dens lancering på markedet, med en andel på ca. 15 % den bilmodel, der blev solgt næsthøypigst efter Opel Vectra. I første halvår af 1998 tegnede den sig i dette segment i Tyskland endog for en andel på 16 %. Konkurrencebegrænsningen vedrørte alle leveringer af nye VW Passat-biler i Tyskland. Selv hvis ikke kun segment D, som VW Passat skal henføres til, men også segment C og E blev taget i betragtning for at tage højde for mulige overlapninger med de tilstødende segmenter, havde denne model allerede i 1997 i Tyskland tegnet sig for en andel på 6 % og havde dermed været af en tilstrækkelig størrelsesorden. I denne forbindelse skal det desuden understreges, at det ifølge meddelelsen om aftaler af ringe betydning, der ikke falder ind under artikel 81, stk. 1, ikke kan udelukkes, at artikel 81, stk. 1, finder anvendelse på (vertikale) prisbindinger, selv om de deltagende virksomheders markedsandel ligger under 10 %⁽⁷²⁾.
- (80) Foranstaltningen var begrænset til Tysklands område og var også mærkbar dér. Volkswagen AG, en markedsaktør med betydelig erfaring, anlagde tilsyneladende selv den betragtning, at en foranstaltning, der er begrænset til Tyskland, også kan have virkninger dér, som ikke i for høj grad påvirkes af parallelimport. I den henseende skal der tages hensyn til, at der ganske vist var en betydelig

⁽⁶⁷⁾ EFT L 145 af 29.6.1995, s. 25.

⁽⁶⁸⁾ Det er korrekt, at aftaler om prisfastsættelse (som i den foreliggende sag), der indgås mellem fabrikant og forhandler, allerede er omfattet af denne forordnings artikel 6, stk. 1, nr. 3. Dette ændrer imidlertid intet ved, at nr. 6 i denne bestemmelse indeholder en nyttig understregning af den særlige betydning af forhandlernes frihed med hensyn til priser og den pågældende intrabrand-konkurrence.

⁽⁶⁹⁾ Se også betragtning 10 og artikel 4, litra a), i forordning (EF) nr. 2790/1999 om anvendelse af EF-traktatens artikel 81, stk. 3, på kategorier af vertikale aftaler og samordnet praksis (EFT L 336 af 29.12.1999, s. 21) og nr. 46 i Kommissionens meddelelse, retningslinjer for vertikale begrænsninger (EFT C 291 af 13.10.2000, s. 1). Disse præciserer, at fastsættelsen af videresalgspriser, uanset formen, udgør et særligt indgreb i konkurrencen. Se også grønbogen om vertikale begrænsninger i EU's konkurrencepolitik, nr. 276, hvori det hedder: »Prisbinding i detailhandelen og hindring af parallelhandel vil også i fremtiden blive kategoriseret som alvorlige overtrædelser af konkurrencereglerne.«

⁽⁷⁰⁾ Volkswagen AG's svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998, bilaget (blad 41).

⁽⁷¹⁾ Svar af 9.11.1998 på Kommissionens begæring om oplysninger af 8.10.1998, s. 3.

⁽⁷²⁾ EFT C 372 af 9.12.1997, s. 13 ff., afsnit II, nr. 11, litra b), første led.

parallelimport af nye VW Passat-biler i den pågældende periode, men at den kun udgjorde en brøkdel af det tyske Volkswagen-salg (se betragtning 25 ff). Dette var tilfældet, selv om der i samme periode var betydelige forskelle mellem detailpriserne for VW Passat i Tyskland og en række andre medlemsstater (se betragtning 18 ovenfor), og det efter indførelsen af den europæiske typeattest⁽⁷³⁾ er muligt at indregistrere enhver ny personbil, der købes i Den Europæiske Union, i alle medlemsstater uden en fornyet teknisk kontrol. Der er dog fortsat andre hindringer for parallelhandelen; den endelige forbrugers køb af en ny personbil i en anden medlemsstat er i realiteten fortsat en vanskelig operation. Det er altid forbundet med større omkostninger end købet hos en forhandler i det indenlandske net. Mange forhandlere foretrækker, navnlig når de også anser et salg til købere i deres aftaleområde for at være muligt og frem for alt i forbindelse med efterspurgte modeller, at betjene de nævnte lokale købere. Ofte kræver de også store acotobeløb af udenlandske kunder. Alt dette medfører, at parallelhandelen kun i begrænset omfang træder i stedet for køb hos en forhandler i det indenlandske net, hvilket betyder, at den ikke kan føre til en tilpasning af de (relativt høje) tyske priser til de (lavere) priser, der gælder i andre medlemsstater.

4.3. Foranstaltningernes egnethed til mærkbart at påvirke samhandelen mellem medlemsstater

- (81) En yderligere forudsætning for, at artikel 81, stk. 1, finder anvendelse, er, at Volkswagens anfægtede foranstaltninger mærkbart kan påvirke samhandelen mellem medlemsstater.
- (82) En aftale kan påvirke handelen mellem medlemsstater, hvis det på grundlag af en række objektive retlige eller faktiske omstændigheder med en tilstrækkelig grad af sikkerhed kan forudses, at den kan udøve direkte eller indirekte, aktuel eller potentiel indflydelse på handelsstrømmene mellem medlemsstaterne på en måde, som kan skade virkeliggørelsen af formålene med et fælles marked mellem medlemsstaterne⁽⁷⁴⁾. Domstolen har desuden fastslået, at der ikke kun er tale om en påvirkning af samhandelen mellem medlemsstater, når foranstaltningen begrænser den frie handel mellem medlemsstaterne eller endog afskærmer markeder, men også når aftalen medfører en endog anselig udvidelse af samhandelen mellem medlemsstater⁽⁷⁵⁾. Følgelig skal det kun godtgøres, at en aftale kan påvirke samhandelen mellem medlemsstater⁽⁷⁶⁾.
- (83) Den i den foreliggende sag anfægtede foranstaltning tog sigte på at holde priserne for VW Passat i Tyskland på et kunstigt højt niveau. Den tog sigte på at fastholde eller styrke et højprisområde, som omfattede hele Tyskland. Desuden kunne den anvendes, uanset om den pågældende kunde kom fra Tyskland eller fra en anden medlemsstat.
- (84) Størrelsen af prisforskellene mellem medlemsstater anerkendes som en faktor, der har en betydelig indflydelse på samhandelen mellem medlemsstater. Dette bekræftes navnlig af omfanget af importen til Tyskland fra Belgien, Frankrig, Nederlandene, Spanien, Italien, Sverige og Danmark (se betragtning 25). Også Volkswagen AG bekræfter prisforskellenes generelle betydning ved at anføre, at der kun i et relativt ringe omfang fandt salg af biler sted fra Tyskland til de andre medlemsstater, da salgspriserne for personbiler af VW-mærket i Tyskland ligger over priserne i de fleste andre EU-lande⁽⁷⁷⁾.

⁽⁷³⁾ Se Kommissionens direktiv 98/14/EF af 6. februar 1998 om tilpasning til den tekniske udvikling af Rådets direktiv 70/156/EØF om tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om godkendelse af motorkøretøjer og påhængskøretøjer dertil (EFT L 91 af 25.3.1998, s. 1).

⁽⁷⁴⁾ Fast retspraksis, se navnlig Domstolens dom af 21. januar 1999, forenede sager C-215/96 og C-216/96, Bagnasco, Sml. 1999 I, s. 135, præmis 47; Førsteinstansrettens dom af 6. juli 2000, sag T-62/98 (se fodnote 66), præmis 179, og de deri nævnte domme.

⁽⁷⁵⁾ Domstolens dom af 13. juli 1966, sag 56 og 58/64, Costen og Grundig mod Kommissionen, Sml. 1965-1968, s. 321, 389 f; Kommissionens beslutning 88/518/EØF af 18.7.1988, sag Napier Brown/British Sugar (EFT L 284 af 19.10.1988, s. 41, s. 57, betragtning 80).

⁽⁷⁶⁾ Førsteinstansrettens dom af 6. juli 2000, sag T-62/98, (se fodnote 66), præmis 179, og de deri nævnte domme.

⁽⁷⁷⁾ Volkswagen AG's svar af 10.9.1999 på klagepunktsmeddelelsen, punkt 30.

- (85) De anfægtede foranstaltninger kunne derfor i særlig grad mærkbart påvirke samhandelen mellem medlemsstater ved at ændre importen til Tyskland. Har de tyske Volkswagen-kunder ikke mulighed for at opnå tilstrækkeligt store rabatter hos tyske forhandlere, øges det økonomiske incitament til at købe en ny bil i udlandet tilsvarende.
- (86) Med hensyn til eksporten fra Tyskland bemærkes det, at Tyskland ganske vist traditionelt har været en land med høje priser, hvorfor der kun synes at være en ringe eksport til de fleste andre medlemsstater. Hvad angår Det Forenede Kongerige er der imidlertid tale om en særlig situation. Tyskland ligger nemlig hvad angår prisniveauet i forbindelse med VW Passat traditionelt efter den omtalte medlemsstat, dvs. kun på andenpladsen (se oversigten over prisniveauet i medlemsstaterne i betragtning 18). I den pågældende periode efterspurgte mange britiske endelige forbrugere derfor den nye VW Passat i Tyskland. Ifølge Volkswagen AG ⁽⁷⁸⁾ blev der således i Tyskland i 1997 solgt i alt 100 og i 1998 696 højrestyrede Volkswagen-biler til kunder fra navnlig Det Forenede Kongerige og/eller Irland (se betragtning 25). Med hensyn til VW Passat blev der fra Tyskland i 1997 eksporteret 4, i 1998 149 og i 1999 111 køretøjer. De anfægtede foranstaltninger kunne få de pågældende potentielle købere af højrestyrede biler til i stedet at parallelimportere bilerne fra andre medlemsstater end Tyskland, dvs. lande med lavere priser (f.eks. Belgien eller Nederlandene), eller helt at undlade parallelimport. Det kunne derfor medføre en mærkbar svækkelse af eksporthandelen fra Tyskland til en anden medlemsstat, hvad enten det var gennem begrænsning eller omdirigering af de handelsstrømme, der kunne forventes i forbindelse med normale konkurrencevilkår.
- (87) Volkswagen AG bestrider, at der er tale om en mærkbar påvirkning af samhandelen mellem medlemsstater ⁽⁷⁹⁾, og gør under henvisning til Domstolens retspraksis ⁽⁸⁰⁾ navnlig opmærksom på, at Kommissionen i forbindelse med vertikale aftaler kun kan slutte, at der er tale om en markedsafskærmning, hvis de resulterer i, at grænseoverskridende leveringer forhindres, udenlandske konkurrenter hindres i at komme ind på markedet, eller der blev aftalt konkurrenceklausuler. I den foreliggende sag, hvor der kun var tale om et forsøg på at gribe ind i prisfastsættelsen, som var begrænset til en medlemsstats område, var der imidlertid ikke tale om en afskærmning af markedet. Kommissionens yderligere argumenter om, at foranstaltningerne havde reduceret importen til andre medlemsstater og øget tyske forbrugeres incitament til at købe nye biler i udlandet, var ifølge Volkswagen ikke holdbare. Volkswagen henviser i denne forbindelse til, at der kun i begrænset omfang har fundet samhandel sted »på forhandlerniveau«, hvilket navnlig skyldtes leveringsproblemer — som i forbindelse med den nye VW Passat — eller de høje tyske priser. Forhandlerne havde desuden med hensyn til deres faste kunder kun haft en minimal interesse i at sælge til udenlandske kunder.
- (88) Denne argumentation kan ikke godtages. Der er ikke kun tale om en påvirkning af samhandelen mellem medlemsstater, når en foranstaltning medfører en markedsafskærmning. Det er som nævnt ovenfor (betragtning 81) tilstrækkeligt, at foranstaltningen kan ændre varestrommen mellem medlemsstaterne positivt eller negativt, dvs. påvirke den. Det blev påvist, at denne betingelse er opfyldt.
- (89) Heller ikke Volkswagen AG's argument om, at der opstod leveringsproblemer i forbindelse med VW Passats lancering på markedet, og at forhandlerne først og fremmest leverede deres biler til de faste kunder ⁽⁸¹⁾, ændrer noget ved dette. Sådanne virkninger kan ikke have spillet den rolle, som Volkswagen AG efterfølgende tilskriver dem. For det første ville de tyske Volkswagen-forhandlere ikke have haft nogen anledning til at yde betydelige rabatter allerede ved lanceringen på markedet, hvilket fabrikanten i denne forbindelse ville hindre dem i, hvis efterspørgslen i væsentlig grad havde oversteget udbuddet. For det andet eksporterede tyske Volkswagen-forhandlere fra begyndelsen et ikke ubetydeligt antal VW Passat-biler af den nye model til Det Forenede Kongerige (se betragtning 25). For det tredje ville leveringsproblemer i Tyskland kun bidrage til, at flere tyske kunder ville beslutte sig til at købe bilerne i en anden medlemsstat, en tendens, som Volkswagens AG's højprispolitik kunne forstærke. For det fjerde blev prisbindingen opretholdt i næsten tre år, dvs. langt ud over markedsføringsfasen.

⁽⁷⁸⁾ Volkswagen AG's brev til Kommissionen af 16.12.1998.

⁽⁷⁹⁾ Punkt 26-31 i Volkswagen AG's svar på klagepunktsmeddelelsen.

⁽⁸⁰⁾ Domstolens dom 17. oktober 1972, sag 8/72, *Vereeniging van Cementhandelaren mod Kommissionen*, Sml. 1972, s. 977 ff., præmis 28-30; Domstolens dom af 24. oktober 1995, sag C-70/93, *BMW*, Sml. 1995 I, s. 3439, s. 3469; Domstolens dom af 11. juli 1985, sag 42/84, *Remia*, Sml. 1985, s. 2545, 2572, præmis 22; Domstolens dom af 16. juni 1981, sag 126/80, *Salonia mod Poidomani e Giglio*, Sml. 1981, s. 1563.

⁽⁸¹⁾ Volkswagen AG's svar af 10.9.1999 på klagepunktsmeddelelsen, punkt 30.

- (90) Volkswagen AG's påstand om, at Tyskland som et land med høje priser ikke er et attraktivt marked for reeksport, ændrer i sagens natur ikke noget ved det forhold, at foranstaltningerne kan forstærke importstrømmen til Tyskland. I øvrigt holder påstanden under ingen omstændigheder i forhold til Det Forenede Kongerige. I det mindste over for kunder fra denne medlemsstat samt over for tyske kunder var ydelsen af rabat et egnet instrument, som kunne gøre det muligt for forhandlerne at give konkurrencedygtige tilbud for at kunne tiltrække disse kunders efterspørgsel⁽⁸²⁾.
- (91) Prisbindingen kunne derfor mærkbart påvirke den grænseoverskridende handel med VW Passat-modellen med hensyn til navnlig importen, men også med hensyn til eksporten. Den havde til formål i det mindste at gøre det betydeligt vanskeligere for de tyske Volkswagen-forhandlere at klare sig i intrabrand-konkurrencen med Volkswagen-forhandlerne i andre medlemsstater. Gennem prisbindingen opstod eller fastholdtes et kunstigt højprisområde for den pågældende bilmodel, som omfattede Tyskland, og som er uforeneligt med målsætningen om et fælles marked.

4.4. Sammen drag

- (92) Det kan derfor alt i alt konkluderes, at de foranstaltninger, som Volkswagen AG har truffet med henblik på at begrænse priskonkurrencen i forbindelse med den nye VW Passat, opfylder betingelserne for, at artikel 81, stk. 1, finder anvendelse.

5. EF-TRAKTATENS ARTIKEL 81, STK. 3

5.1. Vedrørende spørgsmålet om gruppefritagelse for VW-salgssystemet på grundlag af forordning (EF) nr. 1475/95

- (93) De anfægtede foranstaltninger er ikke fritaget på grundlag af Kommissionens forordning (EF) nr. 1475/95.

5.2. Vedrørende spørgsmålet om en individuel fritagelse

- (94) Der er ikke meddelt og kunne heller ikke meddeles en individuel fritagelse.
- (95) Prisbindingen bidrager ikke til at forbedre produktionen eller (i den foreliggende sag) fordelingen af varerne. Den skal ganske vist ifølge Volkswagen AG forbedre de tyske Volkswagen-forhandleres indtjeningssituation og bistå dem med at nå eller fastholde de mål, som Volkswagen AG har fastsat. Den kunne ifølge disse oplysninger bidrage til at opretholde så mange forhandlervirksomheder som muligt. Der er imidlertid ingen holdepunkter for, at opretholdelsen af enkelte virksomheder, som ikke ville være levedygtige under normale konkurrencevilkår, mærkbart ville forbedre fordelingen af varerne, eller at denne tilsyneladende forbedring kunne kompensere for de ulemper, som konkurrencebegrænsningen medfører. I øvrigt ville der ikke engang være garanti for, at det større overskud, som Volkswagen-forhandlerne opnår ved at nægte at yde rabat ved salg af nye VW Passat-biler, anvendes til at opretholde forhandlernes virksomheder.
- (96) Forbrugerne sikres heller ikke en andel af fordelen herved. Tværtimod må de betale en højere købspris for bilerne og opnår derudover heller ingen synlig fordel.

⁽⁸²⁾ Se afsnit I.1 i Kommissionens meddelelse om forordning (EØF) nr. 123/85 af 12. december 1984 om anvendelse af traktatens artikel 85, stk. 3, på kategorier af salgs- og serviceaftaler vedrørende motorkøretøjer (EFT C 17 af 18.1.1985, s. 4).

6. OVERTRÆDELSENS VARIGHED

- (97) Der kan konstateres en overtrædelse af artikel 81, stk. 1, senest fra den 26. september 1996, den dag, hvor den første rundskrivelse blev sendt (se betragtning 33 ovenfor). Overtrædelsen blev bekræftet og fornyet på grundlag af de to efterfølgende rundskrivelser (se betragtning 34 f. ovenfor).
- (98) Ved brev af 22. juli 1999 underrettede Volkswagen AG Kommissionen om, at virksomheden havde til hensigt at træffe alle de i klagepunktsmeddelelsen nævnte foranstaltninger med henblik på at bringe overtrædelsen til ophør. Virksomhedens skriftlige svar af 10. september 1999 på klagepunktsmeddelelsen var vedlagt en kopi af en rundskrivelse til alle tyske Volkswagen-forhandlere og -værksteder af 6. september 1999. I denne rundskrivelse blev der henvist til de anfægtede rundskrivelser af 26. september 1996, 17. april 1997 og 26. juni 1997, og forhandlerne blev underrettet om, at de begrænsninger af priskonkurrencen, der fremgik af disse rundskrivelser, hermed var ophævet, og at de ikke skulle befrygte retlige eller andre negative foranstaltninger fra Volkswagen AG's side som følge af deres prisfastsættelse. Volkswagen- og Audi-forhandlerorganisationen blev ved brev af samme dato gjort bekendt med indholdet af denne rundskrivelse og skulle, som det hedder heri, derudover informeres mundtligt om indholdet af denne skrivelse.
- (99) Forhandlerne Tiemeyer, Binder og Hirschauer blev desuden ved individuelle breve af 6. september 1999 gjort opmærksom på, at de skriftlige advarsler (se betragtning 30, 49, 52 og 54 ovenfor) var ugyldige. Forhandleren Rütz, som havde modtaget en advarsel ved brev af 2. oktober 1996 (se betragtning 44 ovenfor), var ifølge Volkswagen AG trådt ud af Volkswagen-salgsorganisationen ved udgangen af 1997.
- (100) Det må følgelig fastslås, at overtrædelsen varede fra den 26. september 1996 og indtil den 6. september 1999, dvs. i næsten tre år.

7. BESLUTNINGENS ADRESSAT

- (101) Volkswagen AG har begået den pågældende overtrædelse af artikel 81, stk. 1, da virksomheden med de tyske forhandlere i sit salgsnet har aftalt en konsekvent prisdisciplin og dermed en prisbinding for VW Passat-modellen. Denne beslutning er følgelig rettet til Volkswagen AG.

8. ARTIKEL 15, STK. 2, I FORORDNING Nr. 17

- (102) I henhold til artikel 15, stk. 2, i forordning nr. 17 kan Kommissionen inden for de ved denne artikel fastsatte rammer ved beslutning pålægge virksomheder bøder, såfremt de forsætligt eller uagtsomt har overtrådt artikel 81, stk. 1.

8.1. Bødepålæg

- (103) Kommissionen finder det i den foreliggende sag nødvendigt at pålægge Volkswagen AG bøde. Kommissionen er af den opfattelse, at Volkswagen AG har handlet forsætligt. Virksomheden var klar over, at disse foranstaltninger havde til formål at begrænse konkurrencen⁽⁸³⁾.

⁽⁸³⁾ Se Domstolens dom af 11. juli 1989, sag 246/86, Belasco m.fl. mod Kommissionen, Sml. 1989, s. 2117, præmis 41.

- (104) Medlemmerne af salgsnettet (dvs. de tyske Volkswagen-forhandlere) deltog ganske vist som modtagere af de generelle og individuelle opfordringer ligeledes i de konkurrencebegrænsende aftaler. Det synes imidlertid ikke rimeligt også at pålægge disse virksomheder bøder. Initiativet til overtrædelsen kom fra Volkswagen AG, som også i det omfang, det var nødvendigt, lagde et betydeligt pres på forhandlerne. Efter at virksomheden havde fået kendskab til det første tilfælde af store rabatter, skrev den omgående til den pågældende forhandler for under trussel om opsigelse af forhandleraftalen at få vedkommende til at udvise prisdisciplin. En rundskrivelse til alle forhandlere fulgte to dage senere. Allerede i denne rundskrivelse lod man alle forhandlerne forstå, at Volkswagen AG ville indlede retlige skridt i tilfælde af tilsidesættelse af prisdisciplinen (»Jeg har — efter samråd med forhandlerforeningen — allerede truffet de nødvendige foranstaltninger i form af advarsler«; se betragtning 33) ⁽⁸⁴⁾. I det omfang, enkelte forhandlere åbent tilsidesatte prisdisciplinen, blev de advaret gennem individuelle breve, hvori de blevet truet med kontraktlige skridt. Dette viser, at den pågældende overtrædelse ikke var opstået uden Volkswagen AG's initiativ og i visse tilfælde pres over for de økonomisk svagere forhandlere. Denne konklusion berøres ikke af, at forhandlernes repræsentanter (Volkswagen- og Audi-forhandlerorganisationen samt VW-forhandlerforeningen) generelt hilste Volkswagen AG's initiativer med henblik på en bedre prisdisciplin velkomne.

8.2. Bødens størrelse

- (105) Ved fastsættelsen af bødens størrelse i henhold til artikel 15, stk. 2, i forordning nr. 17 skal Kommissionen tage hensyn til alle relevante omstændigheder og i særdeleshed til overtrædelsens grovhed og varighed.

8.2.1. Overtrædelsens grovhed

- (106) I sin vurdering af overtrædelsens grovhed tager Kommissionen hensyn til dens art, dens faktiske virkninger på markedet, hvor disse kan påvises, og det relevante markeds størrelse.
- (107) De af Volkswagen AG truffede foranstaltninger havde til formål at udelukke eller i det mindste at begrænse priskonkurrencen, som er en af de vigtigste konkurrencefaktorer (se betragtning 32-35 samt 71 og 76-80). Sådanne foranstaltninger udgør derfor et særligt alvorlig indgreb i konkurrencen, hvorfor der således er tale om en meget alvorlig overtrædelse af konkurrencereglerne.
- (108) I forbindelse med et produkt, som kan bestilles med samme udstyr hos alle Volkswagen-forhandlere i EU, er rabatter på de vejledende katalogpriser foruden service det vigtigste konkurrenceparameter, som en motorkøretøjsforhandler har til at kunne klare sig i intrabrand- og interbrand-konkurrencen med indenlandske og udenlandske forhandlere. Dette indrømmes også af Volkswagen AG ⁽⁸⁵⁾. Virksomheden anfører selv, at det var dens mål at forbedre forhandlernes indtjeningsituation, da denne var blevet påvirket af en hård konkurrence (se betragtning 33, 35, 37 f. samt 95 ovenfor) ⁽⁸⁶⁾.
- (109) Disse betragtninger bekræftes i en undersøgelse ⁽⁸⁷⁾, som blev gennemført for nylig. Med hensyn til betydningen af priskonkurrencen anførte 68 % af de i Tyskland adspurgte bilkøbere, at de havde besøgt flere forhandlere for at sammenligne priser og rabatter. Som grund til at have besøgt flere forhandlere nævnte 19 % af de adspurgte undersøgelsen af, om den ønskede køretøjsversion kunne fås, 9 % betingelserne for ibyttetagnings af den brugte bil, 6 % modtagelsens kvalitet og 3 % tilgængeligheden eller leveringstiden for en ny bil. 77 % af alle tyske kunder anser desuden prisforhandlinger for at være normale i forbindelse med købet af en ny bil.

⁽⁸⁴⁾ Den mere konkrete trussel, der var fremsat over for forhandleren Binder i form af en eventuel opsigelse af aftalen, blev selvfølgelig ikke berørt heraf.

⁽⁸⁵⁾ Volkswagen AG's svar af 10.9.1999 på klagepunktsmeddelelsen (punkt 32 f.) og betragtning 22 ovenfor.

⁽⁸⁶⁾ Denne fremstilling slører ganske vist, at Volkswagen AG først og fremmest tilstræbte at varetage sine egne interesser (se betragtning 123 nedenfor).

⁽⁸⁷⁾ Studie af Taylor Nelson Sofres Consulting, udfærdiget for Renault og PSA: »Perception de la distribution automobile en Europe«, Rapport Europe, Phase Quantitative, afsnit 2. »Concurrence et prix dans le secteur automobile: b. Les pratiques de mise en concurrence«, december 2000.

- (110) Det skal endvidere tages i betragtning, at det under normale konkurrencevilkår kunne forventes, at i det mindste nogle forhandlere ville yde betydelige rabatter (se i denne forbindelse betragtning 77), hvilket også ville have påvirket prispolitikken blandt andre forhandlere, som ellers måske havde været tilbageholdne med at yde rabat.
- (111) I denne forbindelse skal det også bemærkes, at rabatter på personbiler er af stor betydning for den gennemsnitlige forbruger, da også relativt lave procentsatser ud fra dennes synspunkt medfører en stor besparelse.
- (112) Overtrædelsen omfattede en model (i begge dens udgaver) i Volkswagen AG's produktsortiment inden for personbiler, og denne model tilhører således et meget efterspurgt segment i Tyskland. VW Passat har en betydelig markedsposition i det pågældende segment i Tyskland (se betragtning 16 f).
- (113) I betragtning af overtrædelsens rækkevidde i geografisk henseende skal det bemærkes, at rundskrivelserne var rettet til alle tyske Volkswagen-forhandlere og -værksteder og dermed berørte hele salget af de to udgaver af VW Passat-modellen i Tyskland. Det drejer sig ganske vist her kun om en enkelt medlemsstat, men en betydelig del af personbilsalget i EU sker i denne stat. At det var vigtigt for Volkswagen AG så vidt muligt at få hele Tyskland omfattet, fremgår også af virksomhedens udtalelser over for forhandlerforeningen (se betragtning 42). Overtrædelsen kunne ligeledes, dog i et meget mindre omfang end over for tyske forbrugere, have virkninger for forbrugere i Det Forenede Kongerige. Den kunne resultere i, at disse forbrugere, såfremt de var interesserede i parallelimport fra Tyskland, ikke opnåede fordelene ved rabatter, som kunne forventes under normale konkurrencevilkår.
- (114) Under hensyntagen til ovenstående betragter Kommissionen overtrædelsen som alvorlig.
- (115) I denne forbindelse skal det ved vurderingen af bødens afskrækkende virkning tages i betragtning, at Volkswagen-koncernen, som Volkswagen AG står i spidsen for, er den største europæiske motorkøretøjsfabrikant og med VW har det mest solgte mærke ikke kun i Tysklands område, hvor overtrædelsen hovedsagelig fandt sted, men også i hele EU. Selv om de foranstaltninger, der er påvist i den foreliggende beslutning, kun vedrørte to udgaver af virksomhedens modeller, fremgår det af forskellige dokumenter, at fabrikanten i det mindste var rede til, såfremt denne fandt det passende, også at træffe lignende foranstaltninger i forbindelse med andre bilmodeller (se betragtning 35 og 43).
- (116) Kommissionen finder derfor, at en bøde på 20 mio. EUR er et passende grundlag for fastsættelsen af bødens størrelse under hensyntagen til overtrædelsens grovhed.

8.2.2. Overtrædelsens varighed

- (117) En anden faktor af betydning for udmåling af bøden er i henhold til artikel 15, stk. 2, i forordning nr. 17 overtrædelsens varighed. Som anført i betragtning 97-100 ovenfor varede overtrædelsen fra den 26. september 1996 og indtil den 6. september 1999, dvs. næsten tre år.
- (118) Der var således tale om en overtrædelse af mellemlang varighed.
- (119) Kommissionen finder, at det ovennævnte beløb derfor bør forhøjes med 29 % (5,8 mio. EUR) til et grundbeløb på 25,8 mio. EUR.

8.2.3. Skærpende og formildende omstændigheder

- (120) Ved udmåling af bøden bør der desuden tages hensyn til skærpende og formildende omstændigheder.

- (121) Som en skærpende omstændighed må det tages i betragtning, at to af de tre rundskrivelser (se betragtning 33 og 35 ovenfor) og en del af de individuelle breve til forhandlerne (se betragtning 30, 44, 48 og 52 ovenfor) ikke kun havde til formål at begrænse forhandlerens frihed til selv at fastsætte priser, men at der også blev truet med advarsler, retlige skridt, »streng(e)« reaktioner eller endog opsigelse af aftalerne, såfremt forhandlerens prisdisciplin ikke blev forbedret. Det må endvidere tages i betragtning, at salgsschefen for Tyskland allerede i den første rundskrivelse af 26. september 1996 »personligt« opfordrede de tyske Volkswagen-forhandlere og -værksteder til at tilsende ham »alle annoncer fra Volkswagen-samarbejdspartnere, hvor der ikke er udvist prisdisciplin« (se betragtning 33 ovenfor). Volkswagen AG nøjedes således ikke med selv at gennemføre og overvåge »prisdisciplinen« hos sine forhandlere. Virksomheden benyttede sig derimod også af alle tyske forhandlere — så at sige som »lyttedister« — og opfordrede dem til at anmelde kolleger og konkurrenter, der ikke »udvist(e) prisdisciplin«. Alle tyske Volkswagen-forhandlere måtte efter denne opfordring regne med, at deres reklamer også overvågedes af deres direkte konkurrenter. Denne opfordring øgede presset på de tyske Volkswagen-forhandlere med hensyn til at udvise den ønskede prisdisciplin.
- (122) På baggrund heraf finder Kommissionen, at grundbeløbet bør forhøjes med 20 %.
- (123) Volkswagen AG's argument om, at foranstaltningerne kun tog sigte på at forbedre rentabiliteten for forhandlervirksomhederne ⁽⁸⁸⁾, kan ikke betragtes som en formildende omstændighed. Volkswagen AG tilstræbte først og fremmest at fremme andre, dvs. egne, interesser, som det fremgår af rundskrivelserne og de individuelle breve (se henvisningerne til § 2, stk. 6 og stk. 1, i forhandleraftalen og til forhandlerens adfærd, der angiveligt var »til skade for markedets omdømme«, osv.). Det er således op til forhandlerne at vurdere, hvilken prispolitik der bedst tjener deres økonomiske interesser. Artikel 81 forbyder aftaler af den foreliggende art, netop fordi de griber ind i forhandlerens selvbestemmelse.
- (124) Kommissionen finder ikke, at der i dette tilfælde er nogen formildende omstændigheder.

8.3. Konklusion

- (125) På grundlag af ovenstående bør der pålægges en bøde på 30,96 mio. EUR —

VEDTAGET FØLGENDE BESLUTNING:

Artikel 1

Volkswagen AG har overtrådt EF-traktatens artikel 81, stk. 1, idet virksomheden fastsatte salgspriserne på VW Passat-modellen ved at opfordre de tyske forhandlere til ved salg af denne model ikke at yde kunder rabatter eller kun begrænsede rabatter.

Artikel 2

For den i artikel 1 nævnte overtrædelse pålægges Volkswagen AG en bøde på 30,96 mio. EUR.

⁽⁸⁸⁾ Volkswagen AG's svar af 10.9.1999 på klagepunktsmeddelelsen, punkt 33 f.

Artikel 3

Den i artikel 2 fastsatte bøde indbetales i euro senest tre måneder efter datoen for meddelelsen af denne beslutning på følgende bankkonto tilhørende Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber:

642-0029000-95 (IBAN-kode: BE76 6420 0290 0095; SWIFT-kode: BBVABEBB)

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)

Avenue des Arts/Kunstlaan 43

B-1040 Bruxelles/Brussel.

Efter udløbet af denne frist påløber der renter efter rentesatsen for Den Europæiske Centralbanks primære markedsoperationer den første arbejdsdag i den måned, hvor denne beslutning blev vedtaget, forhøjet med 3,5 procentpoint, dvs. i alt 8,05 %.

Artikel 4

Denne beslutning er rettet til Volkswagen AG, D-38436 Wolfsburg.

Denne beslutning kan tvangsfuldbyrdes efter EF-traktatens artikel 256.

Udfærdiget i Bruxelles, den 29. juni 2001.

På Kommissionens vegne

Mario MONTI

Medlem af Kommissionen
