

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 29. Juni 2001

**in einem Verfahren nach Artikel 81 EG-Vertrag
(Sache COMP/F-2/36.693 — Volkswagen)**

(Bekannt gegeben unter Aktenzeichen K(2001) 1698)

(Nur der deutsche Text ist verbindlich)

(Text von Bedeutung für den EWR)

(2001/711/EG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung Nr. 17 des Rates vom 6. Februar 1962 — Erste Durchführungsverordnung zu den Artikeln 85 und 86 des Vertrages ⁽¹⁾, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1216/1999 ⁽²⁾, insbesondere auf Artikel 15 Absatz 2,

gestützt auf den Beschluss der Kommission vom 21. Juni 1999, das Verfahren in dieser Sache einzuleiten,

nachdem dem betroffenen Unternehmen Gelegenheit gegeben wurde, sich nach Artikel 19 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17 und der Verordnung (EG) Nr. 2842/98 der Kommission vom 22. Dezember 1998 über die Anhörung in bestimmten Verfahren nach Artikel 85 und 86 ⁽³⁾ zu den von der Kommission in Betracht gezogenen Beschwerdepunkten zu äußern,

nach Anhörung des Beratenden Ausschusses für Kartell- und Monopolfragen,

in Erwägung nachstehender Gründe:

1. EINFÜHRUNG

1.1. Verfahren

- (1) In der Anlage zu einer Beschwerde eines Autokäufers wurde der Kommission ein Rundschreiben der Volkswagen AG vom 17. April zugesandt. Darin wurden die deutschen Volkswagen-Händler und -Werkstätten vom „Volkswagen Vertriebsleiter Deutschland“ aufgefordert, das neue Modell des „VW Passat Variant“, dessen Markteinführung in Deutschland am 6. Juni 1997 stattfand, nicht unterhalb der unverbindlichen Preisempfehlung zu verkaufen und zu „konsequenter Preisdisziplin“ angehalten.
- (2) In ihrer Antwort auf ein formelles Auskunftersuchen der Kommission nach Artikel 11 der Verordnung Nr. 17 ⁽⁴⁾ hat die Volkswagen AG zwei weitere Briefe vom 26. September 1996 und vom 26. Juni 1997 vorgelegt, die die Preisgestaltung beim neuen VW Passat betreffen.

⁽¹⁾ ABl. 13 vom 21.12.1962, S. 204/62.

⁽²⁾ ABl. L 148 vom 15.6.1999, S. 5.

⁽³⁾ ABl. L 354 vom 30.12.1998, S. 18.

⁽⁴⁾ Auskunftersuchen der Kommission vom 17. Juli 1997 an die Volkswagen AG und Antwort der Volkswagen AG vom 22. August 1997.

- (3) Aufgrund dieser Informationen und weiterer Angaben der Volkswagen AG ⁽⁵⁾ hat die Kommission der Volkswagen AG am 22. Juni 1999 eine Mitteilung von Beschwerdepunkten übersandt. In dieser Mitteilung wird der Volkswagen AG eine Zuwiderhandlung gegen Artikel 81 EG-Vertrag vorgeworfen, da sie mit den deutschen Händlern ihres Vertriebsnetzes eine konsequente Preisdisziplin beim Verkauf des Modells VW Passat vereinbart hat.
- (4) Die Volkswagen AG hat auf diese Mitteilung von Beschwerdepunkten mit Schreiben vom 10. September 1999 geantwortet und bestätigt, dass der in den Beschwerdepunkten vom 22. Juni 1999 beschriebene Sachverhalt im Wesentlichen richtig sei ⁽⁶⁾. Im Übrigen legte sie ihre Auffassung insbesondere zu den rechtlichen Schlussfolgerungen und zu den Vorwürfen der Kommission dar. Ein Antrag auf eine mündliche Anhörung wurde nicht gestellt.
- (5) Diese Entscheidung ist an die Volkswagen AG gerichtet.

1.2. Das Unternehmen

- (6) Die Volkswagen AG mit Sitz in Wolfsburg ist Dachgesellschaft und gleichzeitig größtes Einzelunternehmen des Volkswagen-Konzerns. Die geschäftlichen Aktivitäten des Konzerns umfassen die Herstellung von Fahrzeugen der Marken Volkswagen, Audi, Seat und Škoda sowie die Fertigung von Komponenten und Teilen für den weltweiten Konzernverbund. Weitere Tätigkeiten betreffen die Bereiche Industriemotoren, Ersatzteile, Finanzdienstleistungen und Versicherungen.
- (7) Der Umsatz der Volkswagen AG in den Jahren 1995 bis 2000 betrug:

(in Mrd. DEM)

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

1.3. Die Stellung des neuen VW Passat-Modells im Markt

- (8) Die neue VW Passat B 5 Limousine wurde am 11. Oktober 1996, der VW Passat B 5 Variant, bei dem es sich um eine Karosserievariante der Limousine handelt, am 6. Juni 1997 in Deutschland in den Markt eingeführt.
- (9) Die Neuzulassungen des neuen VW Passat in der Gemeinschaft beliefen sich auf folgende Stückzahlen:

	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.
Insgesamt	42 769	273 259	349 378	322 588	297 341

⁽⁵⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 9. November 1998 auf ein zweites Auskunftsersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998.

⁽⁶⁾ Stellungnahme der Volkswagen AG vom 10. September 1999 zu den Beschwerdepunkten der Kommission, Randnummer 1 und 5 (Bl. 139 f.).

- (10) Die Auslieferungen an Kunden in Deutschland betragen (?):

(in Stück)

	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
Insgesamt	14 314	136 979	158 595	130 677	96 761

- (11) Die Automobilindustrie und der Kraftfahrzeughandel ⁽⁸⁾ sowie die Marktanalysten gehen davon aus, dass Personenwagen aus der Sicht der Endverbraucher nicht beliebig untereinander austauschbar sind. Sie untergliedern Personenwagen daher traditionell in sogenannte „Segmente“. Dies erfolgt auf der Grundlage objektiver Kriterien wie Fahrzeuglänge, Anschaffungspreis, Bauart der Karosserie, Leistung des Motors und Markenimage ⁽⁹⁾. Üblich ist eine Unterteilung in folgende „Segmente“: A: Kleinwagen, B: Kleinwagen, C: Mittelklassewagen, D: Obere Mittelklasse, E: Oberklasse, F: Luxusklasse, G: Mehrzweckfahrzeuge und Sportwagen, wobei das zuletzt genannte Segment G gelegentlich noch weiter unterteilt wird: Teilweise wird es in die Segmente preisgünstige Sportwagen, teure Sportwagen, Mehrzweckfahrzeuge und Geländewagen unterteilt ⁽¹⁰⁾, teilweise in die Segmente Mehrzweckfahrzeuge, Coupés, Cabriolets und Geländewagen. ⁽¹¹⁾
- (12) Die halbjährlich von der Kommission veröffentlichten Preisübersichten über die Automobilpreise in der Europäischen Union (siehe auch Randnummer 17) beruhen ebenfalls auf dieser Einteilung und enthalten Preisangaben für Personenwagenmodelle, die den oben beschriebenen sieben Segmenten A bis G zugeordnet wurden, um die aus Verbrauchersicht vergleichbaren Modelle zusammen darstellen zu können.
- (13) Ferner ist auf die von der Zeitschrift „auto motor und sport“ ⁽¹²⁾ durchgeführte 23. Leserwahl des besten Autos zu verweisen. In dieser Verbraucherumfrage wurden 277 Personenwagenmodelle in insgesamt 10 Kategorien ⁽¹³⁾ unterteilt. Die 6 Kategorien A: Minicars, B: Kleinwagen, C: Untere Mittelklasse, D: Mittelklasse, E: Obere Mittelklasse und F: Luxusklasse entsprechen inhaltlich, wie sich aus einem Vergleich der jeweils in der Kategorie oder dem „Segment“ erfassten PKW-Modelle ergibt, den ersten 6 der in Randnummer 11 erwähnten Segmente. Coupés, Cabrios, Geländewagen und Vans werden getrennt davon in separaten Segmenten erfasst.
- (14) Nach den Angaben von Volkswagen ist der Passat dem „Segment“ zuzuordnen, das hier als Segment D „obere Mittelklasse“ (Fahrzeuglänge ca. 4,45 m bis ca. 4,75 m und eine Preisspanne von etwa 32 000 DEM bei der Einstiegsmotorisierung bis ca. 60 000 DEM bei der Topmotorisierung) bezeichnet wird ⁽¹⁴⁾. In dieses Segment werden auch die von Volkswagen genannten Fahrzeugmodelle anderer Hersteller eingeordnet, die Passat-Interessenten als Alternativen in Erwägung ziehen, wie beispielsweise der Audi A 4, der Opel Vectra, die BMW 3er-Serie, der Ford Mondeo und die Mercedes C-Klasse.
- (15) Weitere Konkurrenzmodelle in der oberen Mittelklasse sind: 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 und Volvo S/V40.

⁽⁷⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 21. Februar 2001 auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 7. Februar 2001.

⁽⁸⁾ Siehe Presseerklärung des VDIK vom 13. August 1998 „Automobile Trends auf dem deutschen Markt“, in der Zulassungstrends in den Marktsegmenten Mini, Small, Lower Medium, Medium, Upper Medium, Luxury, Sport, Offroad, MPV angegeben werden.

⁽⁹⁾ Siehe Entscheidung der Kommission vom 24. Mai 1996 in der Sache IV/M.741 — Ford/Mazda (ABl. C 179 vom 22.6.1996, S.3); Entscheidung der Kommission vom 14. März 1994 in der Sache IV/M.416 — BMW/Rover (ABl. C 93 vom 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, Heft 22 vom 21. Oktober 1998, S. 126 ff.

⁽¹²⁾ auto motor und sport, Heft 22 vom 21. Oktober 1998, S. 126 ff.

⁽¹³⁾ Mini Cars, Kleinwagen, Untere Mittelklasse, Mittelklasse, Obere Mittelklasse, Luxusklasse, Sportwagen, Cabrios, Geländewagen, Vans.

⁽¹⁴⁾ Angaben der Volkswagen AG in der Antwort vom 9. November 1998 auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998, S. 3 (Bl. 42).

- (16) Anteil des VW Passat im Segment obere Mittelklasse (Segment D) in Deutschland:

	1996	1997	1998	1999	2000
Insgesamt zum Verkehr zugelassene Fahrzeuge im Segment D in Deutschland (alle Fabrikate)	896 422	922 054	1 029 334	979 214	840 274
An Kunden in Deutschland ausgelieferte VW Passat	104 274 (davon 14 314 neues Modell)	136 979 (nur neues Modell)	158 595	130 677	96 761
Anteil (in %)	11,6	14,9	15,4	13,3	11,5

1.4. Preisunterschiede zwischen den Mitgliedstaaten beim VW Passat

- (17) Die Kommission veröffentlicht zweimal jährlich eine Übersicht über Autopreise in der Europäischen Union. ⁽¹⁵⁾ Die Angaben werden ihr von den Herstellern zur Verfügung gestellt. Eines der von der Kommission mit der Veröffentlichung dieser Übersichten verfolgten Ziele besteht darin, die Preistransparenz zu erhöhen. Endverbraucher sollen in die Lage versetzt werden, Kraftfahrzeuge in jenen Mitgliedstaaten zu kaufen, in denen die Preise und sonstigen Kaufbedingungen am günstigsten sind. Dabei verfolgt die Kommission nicht das Ziel, innerhalb der Gemeinschaft eine Preisgleichheit herbei zu führen. Sie will vielmehr mittels einer erhöhten Preistransparenz bewirken, dass sich infolge der dadurch ausgelösten Marktkräfte die Preisunterschiede verringern.
- (18) Auf der Grundlage dieser Preiserhebungen lassen sich die Preisunterschiede zwischen den verschiedenen Mitgliedstaaten beim VW Passat anhand der vorliegenden Angaben für den VW Passat Limousine Basic 100 PS beispielhaft wie folgt darstellen:

Modell VW Passat Limousine Basic 100 PS, 5 Gang, 4 Türen (*):

Jahr	B	D	E	F	IRL	I	L	NL	AU	P	S	UK	DK	FI	GR
1.5.1996 Vorgängermodell 90 PS	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 Vorgängermodell 90 PS	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

(*) Der Preis von Steuern in dem preisgünstigsten Land ist gleich 100 gesetzt, wobei hierfür nur die Länder Belgien, Deutschland, Frankreich, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Spanien und das Vereinigte Königreich berücksichtigt sind. Die Automobilpreise in diesen Ländern werden in den von der Kommission halbjährlich veröffentlichten Übersichten über die Autopreise in der Europäischen Union veröffentlicht. In den oben kursiv gedruckten drei Ländern Dänemark, Finnland und Griechenland wurde der Preis im Vergleich zu dem preisgünstigsten der zwölf übrigen Länder errechnet. Nach der Einführung der gemeinsamen Währung zum 1. Januar 1999 wurde die Darstellung insoweit geändert, als von nun an das preisgünstigste Land der Eurozone (Finnland) als Referenzmarkt dient.

(15) Autopreise in der Europäischen Union, Kommission der Europäischen Gemeinschaften, Generaldirektion IV — Wettbewerb, diverse Ausgaben.

2. DAS VOLKSWAGEN-VERTRIEBSSYSTEM UND DIE BEDEUTUNG DER MARKE VOLKSWAGEN AUF DEM GEBIET NEUER KRAFTFAHRZEUGE

- (19) In Deutschland werden ebenso wie in den anderen Mitgliedstaaten die durch die Volkswagen AG hergestellten Personenwagen im Rahmen eines selektiven und exklusiven Vertriebssystems über Händler vertrieben. Mit diesen hat die Volkswagen AG einen Händlervertrag abgeschlossen. Gemäß § 4 Absatz 1 des Standard-Händlervertrags in der Fassung von September 1995 und auch für die ab 1. Januar 1998 gültigen Verträge überträgt die Volkswagen AG dem jeweiligen Händler für das Lieferprogramm und den Kundendienst ein Vertragsgebiet. Die Verpflichtung, den Absatz und Kundendienst intensiv zu fördern und das Marktpotential optimal auszuschöpfen, übernimmt der Händler hingegen für sein Marktverantwortungsgebiet.⁽¹⁶⁾ Nach § 4 Absatz 2 des Händlervertrags darf der Händler außerhalb seines Marktverantwortungsgebiets weder Vermittler einschalten noch Niederlassungen oder Auslieferungslager unterhalten. Auch ist ihm die personalisierte Werbung nur innerhalb seines Marktverantwortungsgebiets gestattet. Die deutschen Volkswagen-Händler dürfen nach § 2 Absatz 6 des Händlervertrags keine neuen Fahrzeuge an unabhängige Wiederverkäufer liefern.
- (20) In geringem Umfang werden auch Neufahrzeuge über Volkswagen-Werkstätten vertrieben. Diese verkaufen die Fahrzeuge als Kommissionsagent oder Handelsvertreter für Rechnung eines Volkswagen-Händlers. Dieser ist unmittelbar Vertragspartner des Käufers des Neufahrzeugs und legt den Verkaufspreis fest.
- (21) Die Interessen der deutschen Volkswagen und Audi Händler gegenüber der Volkswagen AG werden durch den Volkswagen und Audi Händlerverband e.V. wahrgenommen, der durch Vorstand und Geschäftsführung vertreten wird. Es gibt regelmäßige Sitzungen zwischen Vertretern des Verbandes und der Volkswagen AG. In unregelmäßigen Abständen finden sogenannte „Klausurgespräche“ des Vorstandes des Verbandes statt (siehe Randnummer 37 bis 40), in denen u. a. Themen abgestimmt werden, die mit dem für die Marke Volkswagen zuständigen Vorstandsmitglied der Volkswagen AG (Herrn Büchelhofer) besprochen werden sollen. Im Rahmen dieses Verbandes finden daneben Sitzungen von Beiräten statt (so zum Beispiel: Beirat „Fachkreis Verkauf/Marketing VW PKW“), in denen Punkte von gemeinsamem Interesse diskutiert werden. Die Volkswagen AG wurde in den fraglichen Beiratssitzungen durch den Leiter des Bereichs „Vertrieb Deutschland“, Herrn Giffhorn, vertreten. Die für die „Händlerorganisation“ zuständigen Mitarbeiter des Bereichs „Vertrieb Deutschland“ waren u. a. Herr Nolte und Herr Peters. Der Bereich „Vertrieb Deutschland“ ist zudem in sogenannte „Regionen“ untergliedert, die jeweils einem Regionalleiter unterstehen.⁽¹⁷⁾
- (22) Zum Rabattverhalten der Händler hat die Volkswagen AG der Kommission mitgeteilt, dass aufgrund der Beratung der Händler im Rahmen der kurzfristigen Erfolgsrechnung bekannt sei, dass in der Vergangenheit von deutschen Händlern ein Rabatt von bis zu 10 %, in Einzelfällen auch darüber, bezogen auf den unverbindlich empfohlenen Preis, gewährt wurde. Die Gesamtnachlässe der Händler hätten 1994 bei 9,1 %, 1995 bei 9,7 %, 1996 bei 10,1 % und 1997 bei 9,9 % gelegen.⁽¹⁸⁾
- (23) Auf der Grundlage der Neuzulassungen betrug der Anteil der Marke Volkswagen bei Personenwagen in der Gemeinschaft:⁽¹⁹⁾

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamtmark (in Mio. Stück)	11,685	12,397	13,001	14,397	15,120	15,180
VW PKW (in Mio. Stück)	1,241	1,369	1,342	1,579	1,735	1,670
Marktanteil (in %)	10,6	11,0	10,3	11,0	11,5	11,0

⁽¹⁶⁾ Das Vertragsgebiet ist das Gebiet des Vertriebszentrums. Das eigentliche Marktverantwortungsgebiet eines Händlers ist jeweils ein Teil dieses Vertragsgebietes. Die genannten vertraglichen Verpflichtungen des Händlers sowie seine Leistungsbeurteilung beziehen sich auf sein Marktverantwortungsgebiet. Die entsprechenden Bestimmungen sind in allen Händlerverträgen grundsätzlich identisch. Unterschiede bestehen insbesondere für die einzelnen Händlertypen (Leistungszentrum (Z), Markenspezifische Händler (M), Universalhändler (U) und Kleinhändler (K)) hinsichtlich der auferlegten Standards.

⁽¹⁷⁾ Siehe Randnummern 44, 46, 48 bis 50 und 52 und die in den jeweiligen Fußnoten erwähnten Unterlagen.

⁽¹⁸⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 9. November 1998 auf das Auskunftersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998.

⁽¹⁹⁾ Antworten der Volkswagen AG vom 9. November 1998 und vom 21. Februar 2001 auf Auskunftersuchen der Kommission.

- (24) Auf der Grundlage der Neuzulassungen betrug der Anteil der Marke Volkswagen bei Personenwagen in Deutschland: ⁽²⁰⁾

	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Gesamtmarkt (in Mio. Stück)	3,314	3,498	3,528	3,736	3,802	3,379
VW PKW (in Mio. Stück)	0,644	0,664	0,639	0,708	0,741	0,644
Marktanteil (in %)	19,4	19,0	18,1	19,9	19,5	19,1

- (25) Nach Angaben der Volkswagen AG betrug die Parallelimporte aus Belgien, Frankreich, den Niederlanden, Spanien, Italien, Schweden und Dänemark (siehe Fußnote 25) nach Deutschland für alle VW PKW-Modelle 17 355 (1998), 25 656 (1999) und 42 738 (2000) Fahrzeuge.
- (26) Die in Deutschland zugelassenen, aus anderen Mitgliedstaaten insgesamt eingeführten Neufahrzeuge des Modells VW Passat beliefen sich in den Jahren 1996 bis 2000 auf jeweils 8 728, 2 066, 3 345, 6 831 und 8 318 Stück. ⁽²¹⁾
- (27) Die Anteile dieser Re-Importe an der in Deutschland verkauften Gesamtzahl von VW Passat Fahrzeugen (in 1996 vor allem altes Modell) betrug in den Jahren 1996 bis 2000:

Jahr	1996	1997	1998	1999	2000
Marktanteil	8,4 %	1,5 %	2,1 %	5,0 %	8,1 %

- (28) Die Volkswagen AG ⁽²²⁾ gibt außerdem an, dass in Deutschland im Jahr 1997 insgesamt 100, im Jahr 1998 insgesamt 696 Volkswagen-Fahrzeuge mit Rechtslenkung an Kunden aus Rechtslenkerländern (Vereinigtes Königreich und Irland) verkauft wurden. In den Jahren 1997 bis 2000 wurden in Deutschland jeweils 4, 149, 111 und 96 Fahrzeuge des Modells VW Passat mit Rechtslenkung verkauft. ⁽²³⁾

3. DIE BEANSTANDETEN MASSNAHMEN

3.1. Erste Abmahnung eines Händlers

- (29) Der VW Händler Autohaus Binder in Hofgeismar (Geschäftsführer Herr Glinicke) hatte am 5. September 1996 in der „Hessisch-Niedersächsischen Allgemeine“ (Ausgabe Land) mit einem Einführungspreis inklusive Zulassung und Abholung von 32 469 DEM für das Grundmodell des Passat 1,6 l geworben. ⁽²⁴⁾ Eine Kopie dieser Anzeige wurde am 24. September 1996 von dem VW-Händler Autohaus Neuenhagen, Niestetal, mit dem Kommentar

„Muß dies sein? Zur Kenntnis, mit freundlichen Grüßen, Autohaus Neuenhagen“

an die Volkswagen AG geschickt.

⁽²⁰⁾ Antworten der Volkswagen AG vom 9. November 1998 und vom 21. Februar 2001 auf Auskunftersuchen der Kommission.

⁽²¹⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 21. Februar 2001 auf das Auskunftersuchen der Kommission vom 7. Februar 2001; in die Auswertung einbezogen wurden die Länder Belgien, Frankreich, Niederlande, Spanien, Italien, Schweden und Dänemark.

⁽²²⁾ Schreiben der Volkswagen AG an die Kommission vom 16. Dezember 1998.

⁽²³⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 21. Februar 2001 auf das Auskunftersuchen der Kommission vom 7. Februar 2001.

⁽²⁴⁾ Anzeige vom 5. September 1996 (Bl. 60).

- (30) Noch am selben Tag, dem 24. September 1996, wurde das Autohaus Binder von Volkswagen per Einschreiben mit Rückschein und Telefax abgemahnt.⁽²⁵⁾ In dem Schreiben heißt es:

„Sehr geehrter Herr Glinicke, nach § 2 Ziffer 6 der oben genannten Händlerverträge⁽²⁶⁾ bzw. § 2 Ziffer 1 der ab 1.1.1998 gültigen Folgeverträge sind Sie verpflichtet, die Interessen der Volkswagen AG, der Volkswagen Vertriebsorganisation sowie der Marke Volkswagen zu vertreten und in jeder Weise zu fördern.

Wir stellen fest, dass Ihr werblicher Auftritt vom 5.9.1996 in der Hessisch-Niedersächsischen Allgemeine (Ausgabe Land) betreffend den neuen Passat gegen diese vertragliche Verpflichtung in eklatanter Weise verstößt. Der Vorgang wird von uns als außerordentlich markenschädigend eingestuft.

Wir sehen uns daher veranlasst, eine Abmahnung auszusprechen, verbunden mit der Aufforderung, eine Anzeige dieses markenschädigenden Inhalts nicht mehr zu schalten.

Für den Wiederholungsfall behalten wir uns die Kündigung der oben genannten Verträge vor.“

- (31) Mit Schreiben vom 27. September 1996 hat der Geschäftsführer des Autohauses Binder der Volkswagen AG geantwortet⁽²⁷⁾ und mitgeteilt, es sei nicht nachvollziehbar, in welcher Weise die Volkswagen AG geschädigt worden sei und das Autohaus gegen bestehende Verträge verstoßen habe. Weiter betonte er, dass nach seinem Rechtsempfinden die Vorwürfe einer rechtlichen Nachprüfung nicht Stand halten würden. Auch könne Binder in der von seinem Geschäftsleiter geschalteten Anzeige keinen markenschädigenden Inhalt feststellen. Unbeschadet der rechtlichen Würdigung trage er persönlich diese Zeitungsanzeige nicht mit und habe einen Mitarbeiter, der beim Autohaus Binder offenbar für den Verkauf zuständig ist, angewiesen, in Zukunft derartige Werbung zu unterlassen.

3.2. Rundschreiben an die deutschen Volkswagenhändler und -werkstätten

- (32) Zur selben Zeit begann die Volkswagen AG, sämtliche Mitglieder ihres deutschen Vertriebssystems durch Rundschreiben systematisch zu Preisdiziplin anzuhalten. Die Kernpassagen der drei einschlägigen Rundschreiben werden nachfolgend wörtlich wiedergegeben:

- (33) Rundschreiben des Vertriebsleiters Deutschland vom 26. September 1996:⁽²⁸⁾

(...)

„Mit großer Enttäuschung muss ich allerdings feststellen, dass einige wenige Partner bereits Zeitungsanzeigen schalten, in denen der Passat deutlich unterhalb der UPE⁽²⁹⁾ angeboten wird. Ich halte dies für außerordentlich markenschädigend, weil damit bereits zur Einführung der neu geschaffene Wert des Passat in Frage gestellt wird.

Entsprechende Maßnahmen in Form von Abmahnungen habe ich — abgestimmt mit dem Händlerbeirat — bereits eingeleitet. Ich möchte Sie persönlich bitten, sich selbst strengste Maßstäbe zu setzen und mir alle Inserate von Volkswagen Partnern ohne Preisdiziplin zuzuleiten. Ich habe vorgesehen, dies in entsprechender Weise zu veröffentlichen. Diese Vorgehensweise halte ich auch im Hinblick auf Ihre Rendite-Situation für zwingend erforderlich. Mit dem neuen Passat und dem angesprochenen Preis-/Leistungsverhältnis haben wir eine große Chance, die Rentabilität Ihrer Betriebe deutlich zu verbessern.“

(...)

⁽²⁵⁾ Schreiben der Volkswagen AG (gezeichnet Herren Giffhorn, Leiter Vertrieb Deutschland und Nolte, Vertrieb Deutschland/Händlerorganisation) an das Autohaus Binder vom 24. September 1996 (Bl. 59).

⁽²⁶⁾ Anmerkung der Kommission: Im Betreff heißt es: VW und Audi/Händlervertrag/VW Nutzfahrzeugvertrag sowie Anschluss-Verträge ab 1.1.1998.

⁽²⁷⁾ Schreiben des Autohauses Binder an die Volkswagen AG vom 27. September 1996 (Bl. 58).

⁽²⁸⁾ Rundschreiben der Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland, an alle Volkswagen Händler und Werkstätten vom 26. September 1996 (Bl. 21).

⁽²⁹⁾ Anmerkung der Kommission: UPE = unverbindliche Preisempfehlung.

- (34) Rundschreiben des Vertriebsleiters Deutschland vom 17. April 1997: ⁽³⁰⁾

„Gerade beim Passat, der im Preis ganz deutlich wettbewerbsüberlegen ist, fehlt mir für Händleranzeigen mit Preisen weit unterhalb der unverbindlichen Preisempfehlung jedes Verständnis. Das gilt besonders im Hinblick auf die Verbesserung Ihrer Ertragslage. Ich erwarte eine konsequente Preisdisziplin.“

(...)

- (35) Rundschreiben des Vertriebsleiters Deutschland vom 26. Juni 1997: ⁽³¹⁾

„... wohl aber die Sorge, dass der Appell, den ich in meinem Schreiben vom 17. April an alle Volkswagen Händler und Werkstätten gerichtet habe, möglicherweise nicht lückenlos befolgt wird. Sie erinnern sich: es geht um die Preisdisziplin im Handel, die dringend erforderlich ist, um eine Wende in der Rendite Ihrer Betriebe herbeizuführen.“

Es wäre geradezu fatal, wenn die wettbewerbsüberlegene Preisstellung unserer neuen Produkte, allen voran die für die Passat Limousine und den Variant, nicht zu einer Ergebnisverbesserung genutzt würde. Bitte vergegenwärtigen Sie sich, dass inzwischen über 80 % des Gesamtumsatzes durch den Verkauf von Neu- und Gebrauchtwagen erzielt werden. Bei diesem hohen Umsatzanteil gelingt Ihnen eine wesentliche gesamtbetriebliche Verbesserung der Ertragslage nur, wenn Sie die Qualität der Fahrzeuggeschäfte verbessern, d. h. das bisher hohe Nachlassniveau nachhaltig absenken.

Volkswagen hat die Weichen für Ihren Erfolg gestellt: mit technisch und preislich überlegenen Modellen und einem leistungsgerechten Margen- und Bonussystem ab 1998 verfügen Sie über ein marktgerechtes und wettbewerbsüberlegenes absatzpolitisches Instrumentarium, um optimal am Markt agieren zu können.

Nun fordere ich Sie auf, preisbewusst am Markt aufzutreten. Hohe Nachlässe sind auch für das Produkt und die Marke unverantwortlich. Als Hersteller können wir es nicht hinnehmen, wenn durch ruinöses Preisverhalten die Erfüllung des Händlervertrages gefährdet wird. Hierauf müsste die Volkswagen AG zwangsläufig energisch reagieren. Selbstverständlich wird es auch zukünftig einen leistungsorientierten Wettbewerb unter den Händlern geben. Dieser sollte sich jedoch nicht über den Preis, sondern insbesondere im Bereich der Kundenzufriedenheit vollziehen.

Dies gilt nicht nur für den Passat Variant. Dementsprechend haben wir beschlossen, alle Volumenmodelle bis auf weiteres zu quotieren, um Ihnen eine verbesserte Planungs- und Terminalsicherheit zu geben.“

3.3. Besprechung der Preisdisziplin mit dem Vorstand des Volkswagen und Audi Händlerverbandes

- (36) Nach den von der Volkswagen AG in Beantwortung eines zweiten Auskunftersuchens ⁽³²⁾ vorgelegten Tagesordnungen war das Thema „Preisdisziplin“ mehrfach Gegenstand von Besprechungen zwischen der Volkswagen AG und dem Vorstand des Volkswagen und Audi Händlerverbandes.
- (37) Einer der Tagesordnungspunkte der Vorstandsklausur vom 25. März 1997 ⁽³³⁾ betraf unter Ziffer 2a): „Produktschädigendes Verhalten/Renditeverbesserung“ als fünften Punkt die „Bonifizierung von ‚Preistreue‘“.
- (38) Aus der Agenda für die Vorstandsklausur vom 20. Mai 1997 ⁽³⁴⁾ ergibt sich, dass unter Ziffer 2 „Produktionsschädigendes Preisverhalten/Renditeverbesserung“ der Punkt „wann endlich setzen die Hersteller hierzu deutliche Signale?“ besprochen werden sollte.

⁽³⁰⁾ Rundschreiben der Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland, an alle Volkswagen Händler und Werkstätten vom 17. April 1997 (Bl. 12).

⁽³¹⁾ Rundschreiben der Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland, an alle Volkswagen Händler und Werkstätten vom 26. Juni 1997 (Bl. 19).

⁽³²⁾ Auskunftersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998 an die Volkswagen AG (Bl. 31).

⁽³³⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 9. November 1998 auf das Auskunftersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998, Anlage 2 (Bl. 48).

⁽³⁴⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 9. November 1998 auf das Auskunftersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998, Anlage 2 (Bl. 49).

- (39) Ein Tagesordnungspunkt der Vorstandsklausur am 26. September 1997 ⁽³⁵⁾ unter dem Titel: „Übergreifende Vertriebs-/Netzthemen“ war: „Preisdisziplin, Erörterung weiterer Maßnahmen (Herr Giffhorn, Herr Nagel)“.
- (40) Schließlich machte der Volkswagen und Audi Händlerverband per Telefax vom 24. Oktober 1997 ⁽³⁶⁾ der Volkswagen AG den Vorschlag, für die bevorstehende Vorstandsklausur unter einem Tagesordnungspunkt 2: „Vorstellung der Gesprächspunkte mit Dr. Büchelhofer am 30.10.1997“ den Punkt: „d) Preisdisziplin, Erörterung weiterer Maßnahmen“ aufzunehmen.
- (41) Die Volkswagen AG hat in ihrer Antwort mitgeteilt, dass der Vorstand der Volkswagen AG nicht mit dem Thema „Preisdisziplin“ befasst gewesen sei. ⁽³⁷⁾ Aus dem Telefax vom 24. Oktober 1997 (siehe Randnummer 40) des Händlerverbands an die Volkswagen AG ergibt sich jedoch, dass das für den Vertrieb zuständige Vorstandsmitglied der Volkswagen AG mit diesem Thema und mit der Erörterung weiterer diesbezüglicher Maßnahmen am 30. Oktober 1997 befasst werden sollte. Die Volkswagen AG teilte in diesem Zusammenhang jedoch mit, dass Sitzungsprotokolle über diese Gespräche nicht angefertigt würden.

3.4. Besprechung der Preisdisziplin im Volkswagen-Händlerbeirat

- (42) Anders als für die Sitzungen des Volkswagen und Audi Händlerverbands liegen über die Sitzungen des Volkswagen-Händlerbeirats Protokolle vor. Im Protokoll über die Händlerbeiratssitzung des Fachkreises „Verkauf/Marketing“ vom 16. Juni 1997 ⁽³⁸⁾, an der außer zehn Vertretern des Fachkreises auch sieben Mitarbeiter der Volkswagen AG, darunter der Leiter „Vertrieb Deutschland“, teilgenommen haben, ist unter dem „TOP 11 Rabattschleuderei“ Folgendes festgehalten:

„Von Herstellerseite werden insbesondere unter den Gesichtspunkten Produkt- und Markenschädigung auch zukünftig alle rechtlich vertretbaren Maßnahmen in Betracht gezogen, die zu mehr Preisdisziplin im Handel führen.“

- (43) Aus dem Protokoll über die Händlerbeiratssitzung desselben Fachkreises vom 16. Oktober 1997 ⁽³⁹⁾, an dem außer Vertretern des Fachkreises auch zehn Mitarbeiter der Volkswagen AG, darunter wiederum der Leiter „Vertrieb Deutschland“, teilgenommen haben, ist unter der Ziffer „6.4 Nachlassverhalten“ des TOP 6 „Verschiedenes“ Folgendes festgehalten:

„Einzelne Händler haben den Golf A 4 bereits vor Markteinführung mit unangemessen hohen Nachlässen publikumswirksam beworben. Dieses marken- und produktschädigende Verhalten wird sowohl von Händlerverbands- als auch von Herstellerseite ausdrücklich missbilligt und verurteilt.“

3.5. Weitere Maßnahmen zur Durchsetzung der Preisdisziplin gegenüber Händlern

- (44) Der VW-Händler Bernard Rütz in Konz hatte in der Wochenendausgabe des „Trierischer Volksfreund“ vom 21./22. September 1996 den neuen VW Passat „supergünstig ab 32 649 DEM Abholpreis inklusive Zulassung und Überführung“ angeboten. ⁽⁴⁰⁾

Am 2. Oktober 1996 wurde dieser Händler von der Volkswagen AG schriftlich abgemahnt ⁽⁴¹⁾. Das Schreiben entspricht praktisch wörtlich dem Schreiben an den Händler Binder. Lediglich der letzte Absatz ist anders formuliert. Er lautet:

„Im Wiederholungsfall werden wir rechtliche Schritte einleiten.“

⁽³⁵⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 9. November 1998 auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998, Anlage 2 (Bl. 51).

⁽³⁶⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 9. November 1998 auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998, Anlage 2 (Bl. 50).

⁽³⁷⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 10. September 1999 auf die Beschwerdepunkte, Punkt 6.

⁽³⁸⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 9. November 1998 auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998, Anlage 1 (Bl. 46).

⁽³⁹⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 9. November 1998 auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998, Anlage 1 (Bl. 47).

⁽⁴⁰⁾ Telefax vom 1. Oktober 1996 an die Volkswagen AG, Region Köln (Bl. 72).

⁽⁴¹⁾ Schreiben der Volkswagen AG vom 2. Oktober 1996 an die Bernhard Rütz GmbH (Bl. 71).

- (45) Der Händler Rütz hat diese Abmahnung mit Schreiben vom 2. Oktober 1996 zurückgewiesen. ⁽⁴²⁾ Er hat erklärt, es sei nicht erkennbar, in welcher Weise er sich händlervertragswidrig verhalten hätte.
- (46) Der Händler Gramling aus Karlsruhe hatte in der Wochenendausgabe der „Badische Neueste Nachrichten (BNN)“ vom 5. Oktober 1996 eine Anzeige für den neuen VW Passat geschaltet und das Fahrzeug für 33 500 DEM angeboten. ⁽⁴³⁾ Diese Annonce wurde der Volkswagen AG am 7. Oktober 1996 erstmals zugeschickt mit der Aufforderung, dagegen im Sinne des ersten Rundschreibens vom 26. September 1996 einzuschreiten.
- (47) In einem Schreiben vom 7. Oktober 1996 an den Leiter „Vertrieb Deutschland“ der Volkswagen AG weist das Autohaus Morrkopf auf diese Werbung in den BNN hin. Weiter heißt es in dem Schreiben: ⁽⁴⁴⁾

„Da Sie, Herr Giffhorn, dieses markenschädigende Verhalten mit dem Händlerbeirat abgestimmt haben, ist mir unverständlich, weswegen Herr Hengehold bzw. das Haus Gramling mit solchen Annoncen wirbt. Für mich ist das ein Zeichen mehr, der Intra-brand-Wettbewerb geht weiter.

Obiges Autohaus warb auch mit Kundendienst ‚Dumping-Preisen‘: In der BNN-Ausgabe vom 21. September 1996.“

- (48) Aus einer Aktennotiz der Volkswagen AG, Regionalleitung Südwest/Franken an den Leiter „Vertrieb Deutschland“ vom 7. Oktober 1996 ergibt sich, dass der Hauspreis des Händlers Gramling einem Nachlass von 7 % entspricht ⁽⁴⁵⁾. Weiter heißt es in dem Vermerk:

„Es ist völlig unverständlich, dass Herr Hengehold als Mitglied des Händlerbeirats zu den Partnern gehört, die den neuen Passat noch vor Markteinführung mit deutlichem Nachlass ausloben. Da Herr Hengehold erst am 14.10.1996 im Hause ist, habe ich den verantwortlichen Verkaufsleiter, Herrn Seifried, telefonisch aufgefordert, mit sofortiger Wirkung derartige imageschädigende Preisangebote zu unterlassen und ihm angekündigt, dass wir uns als Volkswagen AG weitere Schritte vorbehalten.“

- (49) In einem Schreiben der Volkswagen AG vom 16. Oktober 1996 ⁽⁴⁶⁾ an das Autohaus Hirschauer in Baierbrunn betreffend „Rabattgewährung Passat B 5“ heißt es:

„Sehr geehrter Herr Hirschauer,

mit Schreiben vom 26. September 1996 wurden Sie durch unseren Vertriebsleiter Herr Peter Giffhorn zur Preisdisziplin bei dem neuen Passat aufgerufen.

Am 10.10.1996 wurde durch Ihren Verkäufer Herrn Aurich bereits am Telefon ein Nachlass von über 12 % eingeräumt. Diese Vorgehensweise wird von uns als markenschädigend angesehen, da hiermit bereits zur Einführung der neu geschaffene Wert des Passat in Frage gestellt wird.

Mit dem neuen Passat und dem damit verbundenen Preis-/Leistungsverhältnis haben Sie die große Chance, die Rentabilität Ihres Unternehmens zu verbessern.

Hiermit erteilen wir Ihnen eine Ermahnung und fordern Sie auf, diese Handlungsweise umgehend einzustellen.

(...)“

⁽⁴²⁾ Schreiben der Bernhard Rütz GmbH vom 2. Oktober 1996 an die Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland (Bl. 70).

⁽⁴³⁾ Telefax von Herrn Offermann vom 7. Oktober 1996 an die Volkswagen AG, Region Stuttgart (Bl. 53); Schreiben einschließlich Anlagen des Autohauses Morrkopf vom 7. Oktober 1996 an die Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland (Bl. 54 bis 57).

⁽⁴⁴⁾ Schreiben des Autohauses Morrkopf vom 7. Oktober 1996 an die Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland (Bl. 54f).

⁽⁴⁵⁾ Interne Mitteilung der Volkswagen AG, Regionalleitung Südwest/Franken, an den Leiter Vertrieb Deutschland vom 7. Oktober 1996 (Bl. 52).

⁽⁴⁶⁾ Schreiben der Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland, Region München, vom 16. Oktober 1996 an die Auto Hirschauer KG (Bl. 69).

(50) Am 10. April 1997 fand eine Besprechung von zwei Vertretern der Volkswagen AG, Region Süd, mit dem Händler Hirschauer in Baierbrunn statt. In dem Gesprächsprotokoll vom 10. April 1997 ⁽⁴⁷⁾ mit der Überschrift „Störendes Nachlassverhalten des Händlers Hirschauer in Baierbrunn“ wurde der Gesprächsinhalt festgehalten: Der Vertreter der Volkswagen AG, Region Süd, wies die drei anwesenden Vertreter des Autohauses Hirschauer darauf hin, dass im 1. Halbjahr 54 Fahrzeuge innerhalb und 369 außerhalb des Marktverantwortungsgebiets verkauft worden seien. Dies sei darauf zurückzuführen, dass die Firma Hirschauer durch entsprechende Zeitungsanzeigen mit hohen Nachlässen Kunden anwerbe. Diese Kunden würden und könnten gar nicht durch den Servicebetrieb betreut werden.

(51) Weiter wurde gerügt, dass die Firma Hirschauer das eigene Marktverantwortungsgebiet nicht ausreichend bearbeite, da lediglich 54 % ⁽⁴⁸⁾ der Auslieferungen im eigenen Marktverantwortungsgebiet getätigt würden, was unter dem Durchschnittswert von 72 % liege. Der Vermerk endet mit dem Hinweis, es sei zwischen den Vertretern der Volkswagen AG und dem Autohaus vereinbart worden, dass

„die Auslieferungen durch entsprechende Vorgaben an Herrn Aurich (Rabattverhalten, GW ⁽⁴⁹⁾-Inzahlungnahme usw.) auf eine der Größenordnung des Betriebes angemessene Zahl zu stabilisieren“

seien.

(52) An diese Besprechung mit dem Händler Hirschauer knüpft das Schreiben der Volkswagen AG, „Vertrieb Deutschland, Region Süd“, vom 18. April 1997 an. ⁽⁵⁰⁾ In dem Schreiben mit dem Betreff „Rabattverhalten“ heißt es:

„Sehr geehrter Herr Hirschauer,

hiermit bestätigen wir Ihnen das am 10. April 1997 in der Volkswagen Region Süd geführte Gespräch.

Anlass war das nach wie vor unveränderte, marktstörende Verhalten im Angebot der Neuwagen in der Öffentlichkeit. Bereits mit Schreiben vom 16.10.96 sahen wir uns gezwungen, eine Ermahnung gegenüber Ihrem Haus auszusprechen.

Ausführlich wurde mit Ihnen die Gesamtsituation diskutiert, wobei es zu den Feststellungen kam, dass der eigene Markt nur zu 54 % im Neuwagensektor ausgeschöpft wird, die hereingenommenen Gebrauchtwagen nicht durch Ihr Unternehmen an Endabnehmer veräußert werden und die Neuwagenkunden durch Zeitungsanzeigen mit hohen Nachlässen angeworben werden.

Dies widerspricht jeglicher kaufmännischer Gepflogenheit, was auch durch das schlechte, uns zwischenzeitlich vorliegende Betriebsergebnis (schwaches Ergebnis, teils Verluste) der Jahre 1994-1996 bestätigt wird.

Bei uns konnte man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass Ihr Verkäufer, Herr Aurich, zu freie Hand besitzt und Sie das Ausmaß seiner Tätigkeit nicht mehr überschauen.

Es wurde vereinbart, konkrete Vorgaben, wie z. B. Stückzahlen, Rabatte, Gebrauchtwagen-Inzahlungnahmen usw., mit Herrn Aurich schriftlich festzulegen und auf Ihre Betriebsgröße sowie Marktgröße anzupassen.

An dieser Stelle verweisen wir nochmals ausdrücklich in unserem gemeinsamen Interesse (Image), Ihre Verhaltensweise wie vorstehend zu ändern, da sonst vertragsrechtliche Konsequenzen unausweichlich sind.

(...)“

⁽⁴⁷⁾ Gesprächsprotokoll vom 10. April 1997 der Volkswagen AG, Region Süd (Bl. 68).

⁽⁴⁸⁾ Dieser Prozentsatz findet sich in dem Gesprächsprotokoll, korrespondiert aber nicht mit den oben genannten absoluten Verkaufszahlen.

⁽⁴⁹⁾ Anmerkung der Kommission: GW = Gebrauchtwagen.

⁽⁵⁰⁾ Schreiben der Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland, Region Süd, vom 18. April 1997 an die Auto Hirschauer KG (Bl. 66).

- (53) Das Autohaus Tiemeyer in Bochum versandte im September 1998 Werbebriefe an seine Kunden, in denen zu einer Hausmesse am Samstag, 12. September 1998, eingeladen wurde.⁽⁵¹⁾ In dem Schreiben heißt es:

„Hier können Sie sich in aller Ruhe die neuesten Modelle von Volkswagen und Audi anschauen, dazu haben wir für Sie zahlreiche Sonderangebote vorbereitet.

Auf der Hausmesse gewährt

- unsere Werkstatt auf alle Arbeitslöhne 20 % Nachlass,
- unser Ersatzteillager auf alle Ersatzteile 15 % Nachlass,
- unsere Gebrauchtwagen-Abteilung für alle Gebrauchtfahrzeuge 10 % Nachlass,
- unsere Neuwagen-Abteilung für alle Fahrzeuge 10 % Nachlass.“

- (54) Die Volkswagen AG hat das Autohaus Tiemeyer mit Schreiben vom 13. Oktober 1998⁽⁵²⁾ auf Folgendes hingewiesen:

„im Zusammenhang mit der von Ihnen veranstalteten ‚Hausmesse‘ haben Sie Werbeschreiben an Ihre Kunden versandt, in denen unangemessen hohe Nachlässe für Neufahrzeuge, Ersatzteile und Werkstattleistungen Ihres Hauses angeboten werden.

Unabhängig davon, dass wir diesen Werbeauftritt als außerordentlich markenschädigend einstufen, weisen wir Sie darauf hin, dass hier ein Verstoß gegen das Rabattgesetz vorliegt.

Daher fordern wir Sie auf, zukünftig auf Werbeangebote dieser Art zu verzichten.“

- (55) Das Autohaus Tiemeyer hat am 19. Oktober 1998 der Volkswagen AG Folgendes bestätigt:

„... wir kommen zurück auf das mit Ihnen am heutigen Tage geführte Gespräch bezüglich unserer Hausmesse und teilen Ihnen mit, dass wir eine derartige Veranstaltung nicht mehr durchführen werden da wir selbst zu der Erkenntnis gekommen sind, dass wir hier am Ziel vorbei geschossen haben ...“⁽⁵³⁾

4. ARTIKEL 81 (EX-ARTIKEL 85⁽⁵⁴⁾) ABSATZ 1 EG-VERTRAG

4.1. Vereinbarung zwischen Unternehmen

- (56) Die Volkswagen AG und ihre deutschen Vertragshändler sind Unternehmen im Sinne von Artikel 81 Absatz 1 EG-Vertrag.
- (57) Die drei Rundschreiben (siehe Randnummern 33, 34 und 35) knüpfen an die vertraglichen Beziehungen der Volkswagen AG mit den Händlern an. Die Rundschreiben konkretisieren diese Beziehungen bezüglich der Preisgestaltung dahingehend, dass die Händler die für den neuen VW Passat empfohlenen Listenpreise nicht als unverbindlich, sondern im Wesentlichen als verbindliche Preise ansehen und allenfalls geringfügige Nachlässe gewähren dürfen. Im ersten Rundschreiben vom 26. September 1996 wurde diese Anweisung durch die Aufforderung ergänzt, die Händler möchten „alle Inserate von Volkswagen Partnern ohne Preisdiziplin melden“. Die Rundschreiben legen somit die Vertriebspolitik der Volkswagen AG für ein bestimmtes Personenwagenmodell fest. Nach ständiger Rechtsprechung des Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften⁽⁵⁵⁾ beinhaltet die Zulassung zum Händlernetz, dass die Vertragspartner die Vertriebspolitik des Herstellers ausdrücklich oder stillschweigend akzeptieren. Die Rundschreiben sind deshalb Teil der Vereinbarungen der Volkswagen AG mit ihren Vertragshändlern geworden, da sie als Teil einer laufenden Geschäftsbeziehung auf Grundlage einer bestehenden allgemeinen Vereinbarung (dem Händlervertrag) anzusehen sind.

⁽⁵¹⁾ Schreiben der H. Tiemeyer KG vom 9. September 1998 an Kunden (Bl. 64f).

⁽⁵²⁾ Schreiben der Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland, Händlerorganisation, vom 13. Oktober 1998 (Bl. 62).

⁽⁵³⁾ Schreiben der H. Tiemeyer KG vom 19. Oktober 1998 an die Volkswagen AG (Bl. 61).

⁽⁵⁴⁾ Ein Teil des Zeitraums der Zuwiderhandlung liegt vor dem Inkrafttreten des Amsterdamer Vertrags am 1. Mai 1999, als der jetzige Artikel 81 EG-Vertrag noch Artikel 85 EG-Vertrag war. Im Folgenden wird lediglich auf Artikel 81 Bezug genommen, da sich der Inhalt der Vorschrift durch die Umnummerierung durch den Amsterdamer Vertrag nicht geändert hat.

⁽⁵⁵⁾ Siehe Urteil vom 25. Oktober 1983, in der Rechtssache 107/82 AEG/Kommission, 107/82, Slg. 1983, S. 3151, S. 3195 und Urteil vom 17. September 1985. In den verbundenen Rechtssachen 25 und 26/84 Ford/Kommission, Slg. 1985, S. 2725, S. 2743.

- (58) Die an fünf Volkswagen-Händler gerichteten Abmahnungen (siehe oben Randnummern 29 ff. und Randnummern 44 ff.), von denen das Schreiben an das Autohaus Binder vom 24. September 1996 (siehe oben Randnummer 30) bereits kurz vor dem ersten der drei an alle deutschen Vertriebspartner gerichteten Rundschreiben versandt wurde, knüpften ebenfalls an die vertraglichen Beziehungen der Volkswagen AG mit ihren Händlern an. Sie konkretisieren diese Beziehungen bezüglich des Preisverhaltens der Händler dahin, dass diese ihre Preispolitik ändern und im Wesentlichen die von der Volkswagen AG für den VW Passat unverbindlich empfohlenen Preise in der Werbung nennen und beim Verkauf der Fahrzeuge verlangen sollen. Diese Abmahnungen, die den Händlern im Fall des Nichtbefolgens der Anweisungen rechtliche Konsequenzen androhten, sind deshalb ebenfalls Teil der Vereinbarungen der Volkswagen AG mit den abgemahnten Vertragshändlern geworden.
- (59) Insgesamt ist festzustellen, dass ein System von Vereinbarungen zwischen der Volkswagen AG und ihren deutschen Händlern bestand, das sich aus den drei Rundschreiben und den an einzelne Händler gerichteten Abmahnungen zusammensetzte und das zur Durchsetzung der Preisdisziplin beim neuen VW Passat diente. Diese Zielsetzung wurde im Übrigen in den Sitzungen der Volkswagen AG mit dem Händlerbeirat bestätigt (siehe oben Randnummern 42 ff.).
- (60) Die Volkswagen AG bestreitet, dass es sich bei den festgestellten Maßnahmen um Vereinbarungen im Sinne von Artikel 81 Absatz 1 EG-Vertrag handele. Sie ist der Ansicht, die beanstandeten Maßnahmen seien einseitige Handlungen, die sich der Anwendung dieses Artikel entzögen.⁽⁵⁶⁾ Während es in den von der Kommission angeführten Rechtssachen AEG⁽⁵⁷⁾ und Ford⁽⁵⁸⁾ und auch in der Rechtssache BMW⁽⁵⁹⁾ um die Auslegung einer Vertragsbestimmung oder die Frage der sachlichen Reichweite einer Bestimmung gegangen sei, gebe es für die fragliche Preispolitik keinen Anknüpfungspunkt im Vertrag. Im Gegenteil widerspreche diese Politik § 8 Ziffer 1 des Händlervertrags, wonach nur unverbindliche Preisempfehlungen des Herstellers zulässig seien. Die fragliche Vertriebspolitik von Volkswagen sei deshalb auch nicht, wie von der Kommission behauptet, von den Händlern bei Vertragsabschluss stillschweigend akzeptiert worden.
- (61) Dieser Sichtweise der Volkswagen AG kann aus mehreren Gründen nicht gefolgt werden.
- (62) Erstens hat das Gericht erster Instanz der Europäischen Gemeinschaften in seinem Urteil in der Sache „Volkswagen“ unter ausdrücklicher Bezugnahme auf die Urteile in den Rechtssachen „Ford“ und „BMW“ klargestellt, dass an Vertragshändler gerichtete Aufforderungen des Herstellers schon dann eine Vereinbarung begründen, wenn sie „(bezweckten), die Vertragshändler bei der Erfüllung des Vertrags mit (dem Hersteller oder Importeur) zu beeinflussen“⁽⁶⁰⁾. Diese Voraussetzung war hier eindeutig erfüllt. Ob der Vertrag eine spezifische Klausel enthielt, an die die streitige Aufforderung der Volkswagen AG anknüpfte oder ob diese Aufforderung mit einer anderen Vertragsklausel in Widerspruch stand, ist also unerheblich.
- (63) Zweitens kann den Behauptungen, es gebe keinen Anknüpfungspunkt im Vertrag und die Aufforderung stünde sogar mit § 8 Ziffer 1 des Vertrags in Widerspruch, jedenfalls nicht gefolgt werden.
- (64) Wie sich aus den Unterlagen ergibt, war für die Volkswagen AG der Anknüpfungspunkt der Aufforderungen der § 2 Ziffer 6 des VW/Audi- Händlervertrags⁽⁶¹⁾ bzw. § 2 Ziffer 1 des Volkswagen Händlervertrags.⁽⁶²⁾ Danach sind die VW-Händler verpflichtet, „die Interessen der VW AG, der Volkswagen Vertriebsorganisation sowie der Marke Volkswagen zu vertreten und in jeder Weise zu fördern. Dabei wird der Händler allen dem Vertragszweck dienenden Anforderungen hinsichtlich des Vertriebs fabrikneuer Volkswagen Automobile, der Ersatzteilebevorratung, des Kundendienstes, der Absatzförderung, Werbung und Schulung sowie der Sicherung des Leistungsstands für die jeweiligen Bereiche des Volkswagen Geschäfts nachkommen“. Auf diese Bestimmung wird in den Abmahn-schreiben an die Händler Binder vom 24. September 1996 (siehe Randnummer 29) und Rütz vom 2. Oktober 1996 (siehe oben Randnummer 44) ausdrücklich Bezug genommen. Genauer wird das

⁽⁵⁶⁾ Siehe Randnummern 2, 14 und insbesondere 15 bis 19 der Antwort der Volkswagen AG vom 10. September 1999 auf die Beschwerdepunkte.

⁽⁵⁷⁾ A.a.O., siehe Fußnote 55.

⁽⁵⁸⁾ A.a.O., siehe Fußnote 55.

⁽⁵⁹⁾ Gerichtshof, Urteil vom 24. Oktober 1995, in der Rechtsache C-70/93, BMW/BMW ALD Autoleasing, Slg. 1995 S. I-3439, 3467 f.

⁽⁶⁰⁾ Gericht erster Instanz, Urteil vom 6. Juli 2000, in der Rechtsache T-62/98, Volkswagen/Kommission, Slg. 2000, S. II-2707, Rn. 236.

⁽⁶¹⁾ In der Fassung vom Januar 1989: die dort enthaltene Bestimmung wurde nahezu wörtlich in § 2 Ziffer 1 des Volkswagen Händlervertrags von September 1995 übernommen.

⁽⁶²⁾ In der Fassung vom September 1995; ab 1. Januar 1998 galt eine neue Fassung, in der diese Bestimmung (weiterhin § 2 Ziffer 1) jedoch unverändert blieb.

Preisverhalten dieser Händler als „markenschädigend“ eingestuft und die Händler erhalten die „Aufforderung, eine (derartige) Anzeige nicht mehr zu schalten“. In den anderen einschlägigen Dokumenten wird zwar nicht auf eine genaue Bestimmung des Händlervertrages verwiesen, wohl aber ist deutlich erkennbar, dass es der Volkswagen AG auch hier darum ging, die genannte allgemeine Pflicht der Händler, die Interessen des Herstellers zu vertreten und zu fördern, durch geeignete „Anforderungen“ zu konkretisieren. Im ersten und dritten Rundschreiben, in den Besprechungen mit dem Händlerverband (VW und Audi) und dem Händlerbeirat (VW) sowie in den Schreiben an die Händler Gramling, Hirschauer und Tiemeyer wird deutlich gemacht, dass nach Ansicht der Volkswagen AG die Gewährung hoher Nachlässe diese Interessen spürbar beeinträchtigt. Derartige Nachlässe werden auch hier als „markenschädigend“ bzw. als „produktschädigend“ bezeichnet.

- (65) Auch kann von einem „Widerspruch“ zwischen der genannten Aufforderung und § 8 Ziffer 1 der Händlerverträge keine Rede sein. Nach dieser Bestimmung „(gibt) die VW AG ... für die Endabnehmerpreise und Preisnachlässe unverbindliche Preisempfehlungen heraus“. Diese Empfehlungen gehen nach den folgenden Ziffern dieser Bestimmung in die Berechnung der Preise und Ausgleichsansprüche ein, die zwischen dem Händler und dem Hersteller gelten. Dass dieser Mechanismus das Recht des Herstellers einschließt, unverbindliche Preisempfehlungen auszusprechen, bedeutet keine spezifische Garantie zugunsten der Händler, dass der Hersteller auch in aller Zukunft von verbindlichen Preisvorgaben, z. B. im Rahmen von § 2 Ziffer 1 des Händlervertrags, absehen wird.
- (66) Diese Auslegung wird auch durch zahlreiche Anhaltspunkte im Verhalten der Beteiligten gestützt. Wenn die streitigen Aufforderungen nicht vom Händlervertrag gedeckt gewesen wären oder ihm sogar widersprochen hätten, wie die Volkswagen AG nunmehr (nachträglich) behauptet, hätte der Hersteller den Händlern kaum mit Schritten im Rahmen des Händlervertrags drohen können. In diesem Zusammenhang steht die Behauptung der Volkswagen AG⁽⁶³⁾, sie hätte sich nicht „irgendwelche Maßnahmen für den Fall vorbehalten, dass ein Händler die Preisempfehlungen nicht einhält“ im klaren Widerspruch zu den einschlägigen Unterlagen. In den oben genannten Schreiben wurde den Händlern Binder und Rütz angedroht, dass sie im „Wiederholungsfall“ mit der „Kündigung“ des Händlervertrages bzw. mit „rechtlichen Schritten“ rechnen müssten. Auch im Schreiben an das Autohaus Hirschauer vom 18. April 1997 (siehe Randnummer 52) hat die Volkswagen AG damit gedroht, dass „vertragsrechtliche Konsequenzen unausweichlich“ seien, sollte der Händler seine Verhaltensweise nicht ändern. Aus den Antwortschreiben der Händler Binder vom 27. September 1995 (Randnummer 31) und Rütz vom 2. Oktober 1996 (Randnummer 45) ergibt sich ebenfalls, dass die gerügten Händler die Abmahnungen durchaus in einen vertragsrechtlichen Zusammenhang gestellt haben. Sie haben der Volkswagen AG gegenüber zwar bestritten, gegen den Buchstaben des Vertrags in seiner ursprünglichen, von Hersteller und Händler förmlich unterzeichneten Fassung verstoßen zu haben. Sie haben jedoch die an sie gerichteten Aufforderungen erkennbar dahin verstanden, dass diese den Vertrag (nunmehr) entsprechend den Wünschen der Volkswagen AG präzisieren sollten. So hat der Händler Binder der Volkswagen AG geantwortet, er habe seinen zuständigen Mitarbeiter angewiesen, von Anzeigen der vom Hersteller gerügten Art künftig abzu- sehen. Keiner der Händler hat behauptet, die Anweisung der Volkswagen AG stehe außerhalb des Händlervertrags.
- (67) In dieselbe Richtung weisen die Äußerungen von Interessenvertretern der Händler sowie auch eines einzelnen Händlers. Die Tagesordnungen verschiedener Vorstandsklausuren des Händlerverbands, die nach Einführung der streitigen Preispolitik durch Volkswagen abgehalten wurden, geben allgemein Aufschluss über die Haltung des Verbands gegenüber Maßnahmen des Herstellers, die zu mehr Preisdisziplin führen. Diese werden keineswegs als außerhalb des Vertrages stehend eingestuft sondern vielmehr begrüßt (siehe Randnummer 36 ff.). In derselben Weise äußerten sich die Vertreter der Händler im Volkswagen-Händlerbeirat, ausweislich der Protokolle der Sitzungen vom 16. Juni 1997 und vom 16. Oktober 1997 (siehe Randnummern 42 und 43). Nach dem letztgenannten Protokoll bezeichnet der Händlerverband hohe Nachlässe bei einem anderen, neu eingeführten Modell als „marken- und produktschädigende(s) Verhalten“, das er „ausdrücklich missbilligt und verurteilt“. Schließlich hat auch der Händler Morrkopf hohe Nachlässe eines anderen Händlers als „markenschädigend“ bezeichnet und hat daher nicht gezögert, dieses Verhalten entsprechend der Aufforderung des ersten Rundschreibens der Volkswagen AG anzuzeigen.
- (68) Ob und in welchem Umfang die deutschen Volkswagen-Händler ihre Preisgestaltung aufgrund der Rundschreiben und Abmahnungen tatsächlich geändert haben, kann hier dahinstehen.

⁽⁶³⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 10. September 1999 auf die Beschwerdepunkte, Randnummer 17.

- (69) Nach alledem kann der von der Volkswagen AG nachträglich im Rahmen des Verwaltungsverfahrens vorgetragene Einwand, die Rundschreiben und Abmahnungen seien außerhalb der Händlerverträge erfolgt und hätten gar gegen diese verstoßen, so dass es sich um einseitige Maßnahmen handele, nicht akzeptiert werden.

4.2. Wettbewerbsbeschränkung

- (70) Aus den folgenden Überlegungen ergibt sich, dass die in Rede stehenden Maßnahmen den Wettbewerb spürbar beschränkt haben. Dies hat die Volkswagen AG im Übrigen in ihrer Antwort auf die Beschwerdepunkte nicht bestritten.

4.2.1. Zweck der Maßnahmen: Beschränkung des Wettbewerbs

- (71) Erklärter Zweck der drei Rundschreiben der Volkswagen AG und der Händlerabmahnungen war es, alle deutschen Volkswagen-Händler⁽⁶⁴⁾ zu veranlassen, nicht oder jedenfalls nicht wesentlich von den „unverbindlich“ empfohlenen Listenpreisen abzuweichen. Die Maßnahmen bezweckten somit eine Bindung der Verkaufspreise, d. h. eine Beschränkung des Intra-brand-Wettbewerbs auf dem Gebiet der Preise. Es handelt sich somit um einen Fall der Preisfestsetzung im Sinne von Artikel 81 Absatz 1 Buchstabe a) EG-Vertrag.
- (72) Die Volkswagen AG bringt in Verbindung mit dem Händler Tiemeyer vor, dass dieser gegen das deutsche Rabattgesetz verstoßen habe und deshalb keine Wettbewerbsbeschränkung vorliege. Hierzu ist anzumerken, dass das Rabattgesetz nur die Ankündigung bestimmter Preise verbietet, die das Ergebnis von „Rabatten“ (in Höhe von mehr als 3 %) gegenüber „normalen“ Preisen sind. Dem Händler ist es dagegen nicht verboten, dieselben Preise anzukündigen, ohne sie als Ergebnis von Rabatten darzustellen. Volkswagen ging es nicht — oder jedenfalls nicht nur — um die nach dem Rabattgesetz ihrer Ansicht nach unzulässige Form der Ankündigung, sondern um das Preisniveau selbst.

4.2.2. Wirkung der Maßnahmen

- (73) Die Volkswagen AG führt zudem an, dass die verschiedenen Rundschreiben zu keiner Veränderung des Verhaltens der Händler geführt und dass die Händler weiterhin Rabatte in der Größenordnung von rund 10 % des empfohlenen Listenpreises gewährt hätten.⁽⁶⁵⁾
- (74) Unter den Umständen des vorliegenden Falles ist es kaum möglich, das genaue Verhalten der Händler festzustellen. Es kommt hierauf aber auch nicht an. Nach ständiger Rechtsprechung reicht es für die Anwendung von Artikel 81 Absatz 1 EG-Vertrag aus, dass die betreffende Maßnahme, wie im vorliegenden Fall (siehe Randnummern 71 ff.) eine Wettbewerbsbeschränkung bezweckt. Es ist hingegen nicht erforderlich, darzulegen, dass sie eine solche Beschränkung auch bewirkt.⁽⁶⁶⁾

4.2.3. Spürbarkeit der Wettbewerbsbeschränkung

- (75) Die Spürbarkeit der Beschränkung des Preiswettbewerbs durch die Rundschreiben und Händlerabmahnungen, deren Zielrichtung in den Händlerberatssitzungen bestätigt wurde, ergibt sich im vorliegenden Fall aus einer Gesamtbetrachtung folgender Gesichtspunkte:

⁽⁶⁴⁾ Die Tatsache, dass der Händler Rütz gegen Ende 1997 aus dem Händlernetz ausgeschieden ist, ist ohne Belang, da der Verstoß danach weiterhin für alle (verbliebenen) Händler dieses Netzes galt.

⁽⁶⁵⁾ Randnummer 21 der Antwort der Volkswagen AG auf die Beschwerdepunkte mit Hinweis auf ihre Antwort vom 9. November 1998 auf das Auskunftersuchen der Kommission (siehe Randnummer 22 dieser Entscheidung).

⁽⁶⁶⁾ Siehe z. B. Urteil des Gerichts erster Instanz vom 6. April 1995, T-143/89, Ferriere Nord/Kommission, Slg. 1995, II-917; Urteil des Gerichts Erster Instanz vom 6. Juli 2000, T-62/98, Volkswagen/Kommission, Slg. 2000, S. II-2707, Randnummer 178; Urteil des Gerichts erster Instanz vom 19. Mai 1999, Accinauto/Kommission, in der Rechtssache T-176/95, Slg. 1999 S. II-1635, Randnummer 106; Mitteilung der Kommission, Leitlinien für vertikale Beschränkungen. ABl. C 291 vom 13.10.2000, S. 1, Randnummer 7.

- (76) Erstens bezweckten die beanstandeten Maßnahmen die Festsetzung von Verkaufspreisen und damit die Ausschaltung einer wesentlichen Wettbewerbsvariablen, der Möglichkeit der Einräumung von Preisnachlässen. Die Bedeutung dieses Wettbewerbsfaktors im Automobilhandel wird auch durch Artikel 6 Absatz 1 Nummer 6 der Verordnung (EG) Nr. 1475/95 der Kommission vom 28. Juni 1995 über die Anwendung von Artikel 85 Absatz 3 des Vertrags auf Gruppen von Vertriebs- und Kundendienstvereinbarungen über Kraftfahrzeuge⁽⁶⁷⁾ bestätigt.⁽⁶⁸⁾ Danach gilt die Freistellung nicht, wenn u. a. der Hersteller die Freiheit des Händlers einschränkt, beim Weiterverkauf von Vertragswaren Preise und Preisnachlässe selbst festzulegen.⁽⁶⁹⁾
- (77) Zweitens zielten sie auf eine erhebliche Abweichung des Preisverhaltens der Händler vom normalen Wettbewerbsverhalten ab. Nach Angaben der Volkswagen AG haben die deutschen Volkswagen-Händler, bezogen auf deren gesamtes Waren- und Dienstleistungsangebot, im Durchschnitt Nachlässe von 9,7 % (1995), 10,1 % (1996) und 9,9 % (1997) auf die empfohlenen Listenpreise gewährt (siehe Randnummer 22). Bei neuen Fahrzeugmodellen werden diesen Angaben zufolge⁽⁷⁰⁾ zwar zumeist geringere Nachlässe gewährt als bei Auslaufmodellen. Beim neuen VW Passat war dies offensichtlich jedoch anders: so wurde dieses Modell von einem der abgemahnten Händler (siehe Randnummer 48) mit einem Nachlass von 7 %, von einem anderen jedoch mit einem Rabatt von 12 % angeboten (siehe Randnummer 49). Die Höhe dieser Rabatte, die durch die beanstandeten Maßnahmen möglichst auf Null reduziert werden sollte, gibt einen Anhaltspunkt für das Wettbewerbsverhalten, das ohne diese Maßnahmen zu erwarten gewesen wäre. Die Volkswagen AG räumt selbst ein, dass „es wohl kaum einen Händler geben wird, der keinen Rabatt gewährt“⁽⁷¹⁾.
- (78) Drittens betraf die beschriebene Beschränkung des Preiswettbewerbs alle deutschen Händler des selektiven und exklusiven Vertriebsnetzes der Volkswagen AG und bezweckte insbesondere eine Einschränkung des Intra-brand Wettbewerbs der deutschen Volkswagen-Händler untereinander, aber auch des Intra-brand Wettbewerbs der deutschen mit ausländischen Volkswagen-Händlern. (Siehe Randnummern 81 bis 91)
- (79) Viertens ist der VW Passat in Deutschland hinsichtlich seiner absoluten Verkaufszahlen als auch unter Berücksichtigung des „Segments“, dem er angehört, ein sehr beehrtes Fahrzeugmodell. Im Segment D war der VW Passat in Deutschland im Jahr 1997, d. h. bereits kurz nach seiner Markteinführung, mit einem Anteil von ca. 15 % das nach dem Opel Vectra am zweithäufigsten verkaufte Fahrzeugmodell. Im ersten Halbjahr 1998 lag sein Anteil in diesem Segment in Deutschland sogar bei 16 %. Die Wettbewerbsbeschränkung betraf alle Lieferungen neuer VW Passat-Fahrzeuge in Deutschland. Selbst wenn nicht lediglich das Segment D, dem der VW Passat zuzuordnen ist, sondern im Hinblick auf mögliche Überschneidungen mit den Nachbarsegmenten auch noch die Segmente C und E berücksichtigt würden, läge der Anteil dieses Modells bereits im Jahr 1997 in Deutschland bei über 6 % und damit in einer hinreichenden Größenordnung. In diesem Zusammenhang ist auch darauf hinzuweisen, dass die Anwendbarkeit von Artikel 81 Absatz 1 auf (vertikale) Preisbindungen nach der Bekanntmachung über Vereinbarungen von geringer Bedeutung, die nicht unter Artikel 81 Absatz 1 fallen, nicht ausgeschlossen ist, auch wenn der Marktanteil der beteiligten Unternehmen unter 10 % liegt.⁽⁷²⁾
- (80) Die Maßnahme war auf das Gebiet Deutschlands beschränkt und war dort auch spürbar. Die Volkswagen AG, ein Marktteilnehmer mit erheblicher Erfahrung, ging selbst offenkundig davon aus, dass eine auf Deutschland beschränkte Maßnahme dort Wirkungen entfalten kann, die durch Paralleleinfuhren nicht übermäßig beeinträchtigt werden. Insoweit ist zu berücksichtigen, dass

⁽⁶⁷⁾ ABl. L 145 vom 29.6.1995, S. 25.

⁽⁶⁸⁾ Es ist richtig, dass zwischen Herstellern und Händlern geschlossene Vereinbarungen zur Preisfestsetzung (wie im vorliegenden Fall) bereits von Artikel 6 Absatz 1 Nummer 3 dieser Verordnung erfasst werden. Dies ändert jedoch nichts daran, dass Nummer 6 dieser Vorschrift einen nützlichen Hinweis auf die besondere Bedeutung liefert, die der Freiheit der Händler auf dem Gebiet der Preise und dem entsprechenden Intra-brand-Wettbewerb zukommt.

⁽⁶⁹⁾ Vergleiche auch die 10. Begründungserwägung sowie Artikel 4 Buchstabe a) der Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 der Kommission vom 22. Dezember 1999 über die Anwendung von Artikel 81 Absatz 3 des Vertrags auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen (ABl. L 336 vom 29.12.1999, S. 21) und Randnummer 46 der Mitteilung der Kommission, Leitlinien für vertikale Beschränkungen (ABl. C 291 vom 13.10.2000, S. 1). Diese verdeutlichen, dass die Festsetzung von Wiederverkaufspreisen, gleich in welcher Form, einen besonders gravierenden Eingriff in das Funktionieren des Wettbewerbs darstellt. Siehe auch Grünbuch zur EG-Wettbewerbspolitik gegenüber vertikalen Wettbewerbsbeschränkungen, Randnummer 276, wo es heißt: „Die Einstufung der Preisbindung im Einzelhandel ... als schwere(n) (Verstoß) gegen die Wettbewerbsregeln soll bestehen bleiben.“

⁽⁷⁰⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 9. November 1998 auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998, Anlage (Bl. 41).

⁽⁷¹⁾ Antwort vom 9. November 1998 auf das Auskunftsersuchen der Kommission vom 8. Oktober 1998, S. 3.

⁽⁷²⁾ ABl. C 372 vom 9.12.1997, S. 13 ff., Abschnitt II, Randnummer 11, Buchstabe b), erster Gedankenstrich.

während des streitigen Zeitraums Paralleleinfuhren von neuen VW Passat-Fahrzeugen zwar beträchtlich waren, sie jedoch nur einen Bruchteil der Verkäufe des deutschen Volkswagen-Vertriebsnetzes betrug (siehe Randnummern 25 ff.). Dies verhielt sich so, obwohl während desselben Zeitraums bei den Einzelhandelspreisen für den VW Passat erhebliche Unterschiede zwischen Deutschland und einer Reihe anderer Mitgliedstaaten zu verzeichnen waren (siehe Randnummer 18) und es seit der Einführung der europäischen Übereinstimmungsbescheinigung⁽⁷³⁾ möglich ist, jeden in der Europäischen Union gekauften neuen Personenwagen nunmehr in allen Mitgliedstaaten ohne erneute technische Kontrolle zum Verkehr zuzulassen. Doch bleiben andere Hindernisse für den Parallelhandel bestehen; der Kauf eines neuen Personenwagens durch Endverbraucher in einem anderen Mitgliedstaat bleibt in der Tat eine schwierige Operation. Er ist stets mit einem größeren Aufwand verbunden als der Kauf bei einem Händler des inländischen Netzes. Zahlreiche Händler ziehen es vor, insbesondere wenn sie einen Verkauf auch an Abnehmer in ihrem Vertragsgebiet für möglich halten und vor allem bei gefragten Modellen, die genannten lokalen Abnehmer zu bedienen. Häufig verlangen sie auch von ausländischen Kunden hohe Anzahlungen. Alle diese Gründe führen dazu, dass der Parallelhandel nur in begrenztem Umfang Käufe bei einem Händler des inländischen Netzes verdrängt, was bedeutet, dass er nicht zu einer Angleichung der (relativ hohen) deutschen Preise an die (niedrigeren) Preise in anderen Mitgliedstaaten führen kann.

4.3. Eignung der Maßnahmen zur spürbaren Beeinträchtigung des Handels zwischen Mitgliedstaaten

- (81) Eine weitere Voraussetzung für die Anwendbarkeit von Artikel 81 Absatz 1 ist, dass die beanstandeten Maßnahmen der Volkswagen AG geeignet sind, den Handel zwischen Mitgliedstaaten spürbar zu beeinträchtigen.
- (82) Eine Vereinbarung ist geeignet, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen, wenn sich anhand einer Gesamtheit objektiver rechtlicher oder tatsächlicher Umstände mit hinreichender Wahrscheinlichkeit voraussehen lässt, dass sie den Warenverkehr zwischen Mitgliedstaaten unmittelbar oder mittelbar, tatsächlich oder potentiell in einem der Erreichung der Ziele eines zwischenstaatlichen Marktes nachteiligen Sinn beeinflussen kann.⁽⁷⁴⁾ Der EuGH hat ferner entschieden, dass eine Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels nicht nur vorliegt, wenn die Maßnahme den zwischenstaatlichen Warenaustausch einschränkt oder gar Märkte gegeneinander abschottet, sondern auch dann, wenn die Vereinbarung zu einer selbst beträchtlichen Ausweitung des Handelsvolumens zwischen Mitgliedstaaten führt.⁽⁷⁵⁾ Demnach ist lediglich darzulegen, dass eine Vereinbarung geeignet ist, den zwischenstaatlichen Warenaustausch zu beeinflussen.⁽⁷⁶⁾
- (83) Die im vorliegenden Fall streitige Maßnahme zielte darauf ab, die Preise für den VW Passat in Deutschland künstlich auf hohem Niveau zu halten. Sie lief darauf hinaus, eine sich auf ganz Deutschland erstreckende Hochpreiszone zu erhalten bzw. zu verstärken. Außerdem war sie unabhängig davon anwendbar, ob der betreffende Kunde aus Deutschland oder aus einem anderen Mitgliedstaat kam.
- (84) Die Höhe von Preisunterschieden zwischen Mitgliedstaaten ist anerkanntermaßen ein Faktor mit erheblichem Einfluss auf den zwischenstaatlichen Handel. Dies wird insbesondere durch den Umfang der Einfuhren nach Deutschland aus Belgien, Frankreich, den Niederlanden, Spanien, Italien, Schweden und Dänemark bestätigt (siehe Randnummer 25). Auch die Volkswagen AG bestätigt die allgemeine Bedeutung von Preisunterschieden, indem sie angibt, dass Fahrzeugverkäufe aus Deutschland ins EU-Ausland nur in relativ geringem Umfang stattfanden, da die Verkaufspreise für PKW der Marke VW in Deutschland über denen der meisten anderen EU-Länder liegen.⁽⁷⁷⁾

⁽⁷³⁾ Siehe Richtlinie 98/14/EG der Kommission vom 6. Februar 1998 zur Anpassung der Richtlinie 70/156/EWG des Rates zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Betriebszulassung für Kraftfahrzeuge und Kraftfahrzeuganhänger an den technischen Fortschritt, (ABl. L 91 vom 25.3.1998, S. 1).

⁽⁷⁴⁾ Ständige Rechtsprechung, siehe insbesondere Urteil des Gerichtshofs vom 21. Januar 1999, in den verbundenen Rechtssachen C-215/96 und C-216/96, Bagnasco, Slg. 1999, S. I-135, Randnummer 47; Gericht erster Instanz, Urteil vom 6. Juli 2000, siehe Fußnote 66, Randnummer 179 und die dort erwähnte Rechtsprechung.

⁽⁷⁵⁾ Urteil des Gerichtshofs vom 13. Juli 1966, in den verbundenen Rechtssachen 56 und 58/64, Grundig/Consten, Slg. 1966, S. 321, 389 f.; Entscheidung 88/518/EWG der Kommission vom 18. Juli 1988, Sache Napier Brown/British Sugar, ABl. L 284 vom 19.10.1988, S. 41, S. 57, Randnummer 80.

⁽⁷⁶⁾ Gericht erster Instanz, Urteil vom 6. Juli 2000, siehe Fußnote 66, Randnummer 179 und die dort erwähnte Rechtsprechung.

⁽⁷⁷⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 10. September 1999 auf die Beschwerdepunkte, Punkt 30.

- (85) Daher waren die streitigen Maßnahmen insbesondere geeignet, den zwischenstaatlichen Handel durch Veränderung der Einfuhren nach Deutschland spürbar zu beeinträchtigen. Entfällt für deutsche Volkswagen-Kunden die Möglichkeit, bei deutschen Händlern ausreichend hohe Rabatte zu erzielen, so steigt der finanzielle Anreiz zum Kauf eines Neuwagens im Ausland entsprechend.
- (86) Hinsichtlich der Ausfuhren aus Deutschland ist daran zu erinnern, dass Deutschland zwar schon traditionell ein Hochpreisland ist, so dass die Ausfuhren in die meisten anderen Mitgliedstaaten eher geringfügig zu sein scheinen. Hinsichtlich des Vereinigten Königreichs besteht jedoch eine besondere Situation. Deutschland liegt nämlich, was z. B. das Preisniveau des VW Passat betrifft, traditionell hinter dem genannten Mitgliedstaat, d. h. nur an zweiter Stelle (siehe die Übersicht über das Preisniveau in den Mitgliedstaaten in Randnummer 18). In der hier fraglichen Zeit haben daher viele britische Endverbraucher den neuen VW Passat in Deutschland nachgefragt. So wurden nach den Angaben der Volkswagen AG ⁽⁷⁸⁾ in Deutschland im Jahr 1997 insgesamt 100 und im Jahr 1998 bereits 696 Volkswagen-Fahrzeuge mit Rechtslenkung an Kunden insbesondere aus dem Vereinigten Königreich und/oder Irland verkauft (siehe Randnummer 25). Für den VW Passat beliefen sich die Exporte aus Deutschland im Jahr 1997 auf 4, im Jahr 1998 auf 149 und im Jahr 1999 auf 111 Fahrzeuge. Die beanstandeten Maßnahmen waren geeignet, die betreffenden Interessenten an Rechtslenker-Fahrzeugen zu veranlassen, zu Paralleleinfuhren aus anderen Mitgliedstaaten als Deutschland, d. h. solchen mit niedrigeren Preisen (z. B. Belgien oder die Niederlande), überzugehen oder ganz von Paralleleinfuhren abzusehen. Sie konnten daher eine spürbare Abschwächung des Ausfuhrhandels aus Deutschland in einen anderen Mitgliedstaat bewirken, sei es durch Einschränkung oder durch Umlenkung der Handelsströme, die bei normalem Wettbewerb zu erwarten waren.
- (87) Die Volkswagen AG bestreitet die Spürbarkeit der Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels. ⁽⁷⁹⁾ Sie verweist unter Bezug auf die EuGH-Rechtsprechung ⁽⁸⁰⁾ insbesondere darauf, dass eine von der Kommission angenommene Marktabschottung in Fällen vertikaler Vereinbarungen nur dann gegeben sei, wenn dadurch Übergrenzlieferungen verhindert, ausländische Wettbewerber am Marktzutritt gehindert oder Wettbewerbsverbote vereinbart würden. Im vorliegenden Fall aber, der lediglich die versuchte Preisbeeinflussung mit der Beschränkung auf das Gebiet eines Mitgliedstaats beträfe, sei eine Marktabschottung nicht erkennbar. Die weiteren Argumente der Kommission, die Maßnahmen hätten die Ausfuhren in andere Mitgliedstaaten verringert und den Anreiz für deutsche Verbraucher erhöht, Neufahrzeuge im Ausland zu kaufen, seien nicht zutreffend. Volkswagen verweist dazu auf den nur beschränkten Umfang des zwischenstaatlichen Handels „auf Händlerebene“, was insbesondere durch Lieferengpässe — wie beim neuen VW Passat — oder die hohen deutschen Preise bedingt gewesen sei. Händler hätten zudem im Hinblick auf ihre Stammkundschaft ein nur geringes Interesse an Verkäufen an ausländische Kunden gehabt.
- (88) Dieser Argumentation kann nicht gefolgt werden. Eine Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels liegt nicht nur vor, wenn eine Maßnahme zu einer Marktabschottung führt. Wie (Randnummer 81) ausgeführt, reicht es aus, dass die Maßnahme geeignet ist, den zwischenstaatlichen Warenfluss positiv oder negativ zu verändern, d. h. zu beeinflussen. Dass diese Voraussetzung erfüllt ist, wurde nachgewiesen.
- (89) Auch das Argument der Volkswagen AG, dass es bei der Markteinführung des VW Passat zu Lieferengpässen gekommen sei und dass Händler ihre Fahrzeuge vorrangig an ihre Stammkunden lieferten ⁽⁸¹⁾ vermag hieran nichts zu ändern. Derartige Effekte können nicht die Rolle gespielt haben, die ihnen die Volkswagen AG nachträglich zuschreibt. Erstens hätten die deutschen Volkswagen-Händler keinen Anlass gehabt, schon bei der Markteinführung beträchtliche Preisnachlässe, wie der Hersteller sie hier unterbinden wollte, zu gewähren, wenn die Nachfrage das Angebot wesentlich überschritten hätte. Zweitens führten deutsche Volkswagen-Händler von Anfang an VW Passat-Fahrzeuge des neuen Modells in nicht unerheblichem Umfang in das Vereinigte Königreich aus (siehe Randnummer 25). Drittens würden Lieferengpässe in Deutschland nur dazu beitragen, dass mehr deutsche Kunden sich zu einem Kauf in einem anderen Mitgliedstaat entschließen, eine Tendenz, die die Hochpreispolitik der Volkswagen AG zu verstärken geeignet war. Viertens wurde die Preisbindung über fast drei Jahre, also weit über die Markteinführungsphase hinaus, aufrechterhalten.

⁽⁷⁸⁾ Schreiben der Volkswagen AG an die Kommission vom 16. Dezember 1998.

⁽⁷⁹⁾ Randnummern 26 bis 31 der Antwort der Volkswagen AG vom 10. September 1999 auf die Beschwerdepunkte.

⁽⁸⁰⁾ Urteile vom 17. Oktober 1972, in der Rechtssache 8/72, Vereniging van Cementhandelaren/Kommission, Slg. 1972 S. 977 ff, Randnummern 28/30; vom 24. Oktober 1995, C-70/93, BMW, Slg. 1995, S. I-3439, 3469; vom 11. Juli 1985 Rechtssache 42/84, Remia, Slg. 1985, S. 2545, 2572, Randnummer 22; vom 16.6.1981, in der Rechtssache 126/80, Salonia/Poidomani e Giglio, Slg. 1981, S. 1563.

⁽⁸¹⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 10. September 1999 auf die Beschwerdepunkte, Randnummer 30.

- (90) Der Einwand der Volkswagen AG, Deutschland sei als Hochpreisland kein attraktiver Markt für Wiederausfuhren, ändert naturgemäß nichts an der Eignung der Maßnahmen, Einfuhrströme nach Deutschland zu verstärken. Im Übrigen trifft der Einwand jedenfalls im Verhältnis zum Vereinigten Königreich nicht zu. Zumindest gegenüber Kunden aus diesem Mitgliedstaat wie auch gegenüber deutschen Kunden war die Gewährung von Nachlässen für die Händler ein geeignetes Instrument, wettbewerbsfähige Angebote machen zu können, um die Nachfrage dieser Kunden an sich ziehen zu können. ⁽⁸²⁾
- (91) Die Preisbindung war demnach geeignet, den grenzüberschreitenden Handel mit dem Modell VW Passat vor allem hinsichtlich des Imports, aber auch hinsichtlich des Exports, spürbar zu beeinflussen. Sie zielte darauf ab, es den deutschen Volkswagen-Händlern zumindest erheblich zu erschweren, sich im Intra-brand-Wettbewerb mit den Volkswagen-Händlern in anderen Mitgliedstaaten zu behaupten. Durch die Preisbindung entstand bzw. verfestigte sich eine sich auf Deutschland erstreckende, künstliche Hochpreiszone für das betroffene Fahrzeugmodell, die mit dem Ziel eines einheitlichen Marktes unvereinbar ist.

4.4. Zusammenfassung

- (92) Insgesamt ist daher festzustellen, dass die von der Volkswagen AG ergriffenen Maßnahmen zur Beschränkung des Preiswettbewerbs beim neuen VW Passat den Tatbestand des Artikels 81 Absatz 1 EG-Vertrag erfüllen.

5. ARTIKEL 81 ABSATZ 3 EG-VERTRAG

5.1. Zur Frage der Gruppenfreistellung des VW-Vertriebssystems durch die Verordnung (EG) Nr. 1475/95

- (93) Die beanstandeten Maßnahmen sind nicht durch die Verordnung (EG) Nr. 1475/95 freigestellt.

5.2. Zur Frage einer Einzelfreistellung

- (94) Eine Einzelfreistellung ist nicht gewährt worden und könnte auch nicht gewährt werden.
- (95) Die Preisbindung trägt nicht dazu bei, die Warenerzeugung oder (im vorliegenden Fall) Warenverteilung zu verbessern. Sie soll zwar nach Angaben der Volkswagen AG die Renditesituation der deutschen Volkswagen-Händler verbessern und ihnen helfen, die von der Volkswagen AG vorgegebenen Leistungsstandards zu erreichen oder zu halten. Sie könnte nach diesem Vorbringen zu einer Erhaltung möglichst vieler Händlerbetriebe beitragen. Es bestehen jedoch keine Anhaltspunkte dafür, dass der Erhalt einzelner Betriebe, die unter normalen Wettbewerbsbedingungen nicht lebensfähig wären, die Warenverteilung spürbar verbessern würde oder dass diese angebliche Verbesserung die Nachteile der Wettbewerbsbeschränkung kompensieren könnte. Im Übrigen wäre noch nicht einmal gewährleistet, dass der höhere Überschuss, den die Volkswagen-Händler durch die Verweigerung von Preisnachlässen beim Verkauf neuer VW Passat-Fahrzeuge erzielen, zum Erhalt der Händlerbetriebe eingesetzt wird.
- (96) Auch werden die Verbraucher an dem entstehenden Gewinn nicht beteiligt. Ganz im Gegenteil, sie müssen einen höheren Kaufpreis für die Fahrzeuge bezahlen und haben darüber hinaus auch keinen erkennbaren Vorteil.

⁽⁸²⁾ Siehe Abschnitt I 1 der Bekanntmachung der Kommission zu ihrer Verordnung (EWG) Nr. 123/85 vom 12. Dezember 1984 über die Anwendung von Artikel 85 Absatz 3 des Vertrags auf Gruppen von Vertriebs- und Kundendienstvereinbarungen über Kraftfahrzeuge, ABL C 17 vom 18.1.1985, S. 4.

6. DAUER DER ZUWIDERHANDLUNG

- (97) Ein Verstoß gegen Artikel 81 Absatz 1 lässt sich spätestens seit dem 26. September 1996, dem Tag, an dem das erste Rundschreiben versandt wurde, feststellen (siehe Randnummer 33). Der Verstoß wurde durch die folgenden beiden Rundschreiben (siehe Randnummern 34 ff.) jeweils bestätigt und erneuert.
- (98) Mit Schreiben vom 22. Juli 1999 hat die Volkswagen AG der Kommission ihre Absicht mitgeteilt, alle in den Beschwerdepunkten genannten Maßnahmen zur Beendigung der Zuwiderhandlung zu ergreifen. Seiner schriftlichen Antwort vom 10. September 1999 auf die Beschwerdepunkte legte das Unternehmen die Kopie eines vom 6. September 1999 datierten Rundschreibens an alle deutschen Volkswagen-Händler und -Werkstätten bei. In diesem Rundschreiben wurde auf die beanstandeten Rundschreiben vom 26. September 1996, vom 17. April 1997 und vom 26. Juni 1997 Bezug genommen und den Händlern mitgeteilt, dass die diesen Rundschreiben zu entnehmenden Beschränkungen des Preiswettbewerbs hiermit aufgehoben seien und sie wegen ihrer Preisgestaltung keine rechtlichen oder sonstigen nachteiligen Maßnahmen durch die Volkswagen AG zu befürchten hätten. Der Volkswagen und Audi Händlerverband wurde mit einem Schreiben selben Datums vom Inhalt dieses Rundschreibens in Kenntnis gesetzt und sollte, wie es dort hieß, zusätzlich mündlich über den Inhalt dieses Schreibens informiert werden.
- (99) Die Händler Tiemeyer, Binder und Hirschauer wurden zudem durch individuelle Schreiben vom 6. September 1999 darauf hingewiesen, dass die schriftlichen Abmahnungen (siehe Randnummern 30, 49, 52 und 54) ungültig seien. Der Händler Rütz, der mit Schreiben vom 2. Oktober 1996 abgemahnt worden war (siehe Randnummer 44), ist nach den Angaben der Volkswagen AG zum Ende des Jahres 1997 aus der Volkswagen-Vertriebsorganisation ausgeschieden.
- (100) Demzufolge ist festzustellen, dass sich die Zuwiderhandlung über den Zeitraum vom 26. September 1996 bis zum 6. September 1999, also über fast drei Jahre, erstreckte.

7. ADRESSAT DIESER ENTSCHEIDUNG

- (101) Die Volkswagen AG hat die in Rede stehende Zuwiderhandlung gegen Artikel 81 Absatz 1 EG-Vertrag begangen, indem sie mit den deutschen Händlern ihres Vertriebsnetzes eine konsequente Preisdisziplin und damit eine Preisbindung für das Modell VW Passat vereinbart hat. Die Volkswagen AG ist deshalb Adressat dieser Entscheidung.

8. ARTIKEL 15 ABSATZ 2 DER VERORDNUNG NR. 17

- (102) Nach Artikel 15 Absatz 2 der Verordnung Nr. 17 kann die Kommission in dem durch diesen Artikel festgesetzten Rahmen durch Entscheidung Geldbußen festsetzen, wenn Unternehmen vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen des Artikels 81 Absatz 1 EG-Vertrag verstoßen haben.

8.1. Festsetzung einer Geldbuße

- (103) Die Kommission hält im vorliegenden Fall die Festsetzung einer Geldbuße gegen die Volkswagen AG für erforderlich. Die Kommission ist der Auffassung, dass die Volkswagen AG vorsätzlich gehandelt hat. Sie war sich bewusst, dass diese Maßnahmen eine Einschränkung des Wettbewerbs bezweckten.⁽⁸³⁾

⁽⁸³⁾ Urteil des Gerichtshofs vom 11. Juli 1989, in der Rechtssache 246/86, Belasco u. a./Kommission, Slg. 1989, S. 2117, Randnummer 41.

- (104) Die Mitglieder des Vertriebsnetzes (d. h. die deutschen Volkswagen-Händler) waren zwar als Adressaten der allgemeinen und individuellen Aufforderungen ebenfalls an den wettbewerbswidrigen Vereinbarungen beteiligt. Es erscheint jedoch nicht angebracht, auch gegen diese Unternehmen Geldbußen zu verhängen. Die Initiative für den Verstoß ging von der Volkswagen AG aus, die auch, soweit erforderlich, beachtlichen Druck auf die Händler ausübte. Nachdem ihr der erste Fall hoher Nachlässe zur Kenntnis gebracht worden war, schrieb sie umgehend den betroffenen Händler an, um ihn unter Androhung der Kündigung des Händlervertrags zur Preisdisziplin anzuhalten. Ein Rundschreiben an alle Händler folgte zwei Tage später. Schon in diesem Rundschreiben wurde der gesamten Händlerschaft zu erkennen gegeben, dass die Volkswagen AG im Fall von Verstößen gegen die Preisdisziplin vertragliche Schritte einleiten würde („Entsprechende Maßnahmen in Form von Abmahnungen habe ich — abgestimmt mit dem Händlerbeirat — bereits eingeleitet.“; siehe Randnummer 33).⁽⁸⁴⁾ Soweit einzelne Händler der Preisdisziplin offen zuwiderhandelten, wurden sie durch individuelle Schreiben abgemahnt, in denen ihnen vertragliche Schritte angedroht wurden. Dies zeigt, dass es ohne die Initiative und gegebenenfalls den Druck der Volkswagen AG gegenüber den wirtschaftlich schwächeren Händlern nicht zu dem hier in Rede stehenden Verstoß gekommen wäre. Diese Schlussfolgerung wird nicht dadurch beeinträchtigt, dass die Interessenvertreter der Händler (der Volkswagen und Audi Händlerverband sowie der VW-Händlerbeirat) die Initiativen der Volkswagen AG zugunsten einer besseren Preisdisziplin allgemein begrüßt haben.

8.2. Die Höhe der Geldbuße

- (105) Bei der Bestimmung der Höhe der Geldbuße nach Artikel 15 Absatz 2 der Verordnung Nr. 17 hat die Kommission alle relevanten Umstände und insbesondere die Schwere und Dauer der Zuwiderhandlung zu berücksichtigen.

8.2.1. Schwere des Verstoßes

- (106) Im Hinblick auf die Schwere der Zuwiderhandlung berücksichtigt die Kommission die Art des Verstoßes, seine tatsächlichen Auswirkungen auf den Markt, soweit sich diese messen lassen, sowie die Größe des relevanten Marktes.
- (107) Die von der Volkswagen AG ergriffenen Maßnahmen waren auf die Ausschaltung oder zumindest die Einschränkung des Preiswettbewerbs gerichtet, der einen der wichtigsten Wettbewerbsfaktoren darstellt (siehe Randnummern 32 bis 35 sowie 71 und 76 bis 80). Derartige Maßnahmen stellen daher einen besonders einschneidenden Eingriff in den Wettbewerb dar, so dass es sich seiner Art nach um einen besonders schweren Verstoß gegen die Wettbewerbsregeln handelt.
- (108) Bei einem Produkt, das mit gleicher Ausstattung bei allen Volkswagen-Händlern innerhalb der Gemeinschaft bestellt werden kann, sind Preisnachlässe auf die empfohlenen Listenpreise neben dem Service der wichtigste Wettbewerbsparameter eines Kraftfahrzeughändlers, um sich im Intra-brand- und Inter-brand-Wettbewerb mit in- und ausländischen Händlern durchzusetzen. Dies wird auch von der Volkswagen AG eingeräumt.⁽⁸⁵⁾ Sie selbst gibt an, es sei ihr darum gegangen, die Renditesituation der Händler zu verbessern, da diese durch scharfen Wettbewerb beeinträchtigt gewesen sei (siehe Randnummern 33, 35, 37, 38 und 95).⁽⁸⁶⁾
- (109) Diese Überlegungen werden durch eine kürzlich durchgeführte Untersuchung⁽⁸⁷⁾ bestätigt. Zur Bedeutung des Preiswettbewerbs haben 68 % der in Deutschland befragten Fahrzeugkäufer angegeben, dass sie mehrere Händler besucht haben, um Preise und Nachlässe zu vergleichen. 19 % der Befragten nannten als Grund für den Besuch mehrerer Händler die Prüfung der Verfügbarkeit der gewünschten Fahrzeugversion, 9 % die Bedingungen für die Inzahlungnahme des Gebrauchtwagens, 6 % die Qualität des Empfangs und 3 % die Verfügbarkeit bzw. Lieferzeit für einen Neuwagen. Auch halten 77 % aller deutschen Kunden Preisverhandlungen für einen normalen Vorgang beim Kauf eines Neuwagens.

⁽⁸⁴⁾ Die dem Händler Binder gegenüber ausgesprochene konkretere Drohung, den Vertrag zu kündigen, blieb selbstverständlich bestehen.

⁽⁸⁵⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 10. September 1999 auf die Beschwerdepunkte (Punkt 32 f.) und Randnummer 22.

⁽⁸⁶⁾ Diese Darstellung verschleierte freilich, dass es der Volkswagen AG in erster Linie um die Wahrung eigener Interessen ging (siehe Randnummer 123).

⁽⁸⁷⁾ Studie von Taylor Nelson Sofres Consulting, angefertigt im Auftrag von Renault und PSA: Perception de la distribution automobile en Europe, Rapport Europe, Phase Quantitative, Abschnitt: 2. concurrence et prix dans le secteur automobile: b. Les pratiques de mise en concurrence, Dezember 2000.

- (110) Zu berücksichtigen ist auch, dass unter normalen Wettbewerbsbedingungen mit beträchtlichen Rabatten zumindest einiger Händler zu rechnen gewesen wäre (siehe Randnummer 77), was auch Auswirkungen auf das Preisverhalten anderer Händler gehabt hätte, die sonst vielleicht eher Zurückhaltung bei Rabatten geübt hätten.
- (111) In diesem Zusammenhang ist auch daran zu erinnern, dass Rabatte auf Personenwagen für den durchschnittlichen Verbraucher eine große Bedeutung haben, da auch relativ geringe Prozentsätze zu einer aus seiner Sicht hohen Ersparnis führen.
- (112) Der Verstoß erstreckte sich auf ein Modell (in seinen zwei Ausführungen) der PKW Produktpalette der Volkswagen AG, wobei dieses Modell einem in Deutschland sehr gefragten Segment angehört. Der VW Passat besitzt innerhalb dieses Segments in Deutschland eine bedeutende Marktstellung (siehe Randnummern 16 und 17).
- (113) Im Hinblick auf die Tragweite des Verstoßes in geografischer Hinsicht ist anzumerken, dass die Rundschreiben an sämtliche deutschen Volkswagen-Händler und -Werkstätten gerichtet waren und damit den gesamten Absatz der beiden Ausführungen des VW Passat-Modells in Deutschland betrafen. Es handelt sich zwar hier nur um einen Mitgliedstaat, auf den allerdings ein bedeutender Teil des Personenwagenabsatzes in der Gemeinschaft entfällt. Dass es der Volkswagen AG auf eine möglichst flächendeckende Anwendung in ganz Deutschland ankam, ergibt sich auch aus ihren Äußerungen gegenüber dem Händlerbeirat (siehe Randnummer 42). Der Verstoß konnte auch, freilich zu einem sehr viel geringeren Grad als gegenüber deutschen Verbrauchern, Auswirkungen auf Verbraucher im Vereinigten Königreich haben. Er war geeignet, diesen Verbrauchern, soweit sie an Paralleleinfuhren aus Deutschland interessiert waren, die Vorteile aus Nachlässen zu entziehen, die unter normalen Wettbewerbsbedingungen zu erwarten gewesen wären.
- (114) Unter Berücksichtigung aller dieser Gesichtspunkte stuft die Kommission den Verstoß als schwer ein.
- (115) In diesem Rahmen ist bei der Bemessung der abschreckenden Wirkung der Geldbuße zu berücksichtigen, dass die Volkswagen-Gruppe, an deren Spitze die Volkswagen AG steht, der größte europäische Hersteller von Kraftfahrzeugen ist und mit VW die meistverkaufte Marke nicht nur im Gebiet Deutschlands, in dem der Verstoß seinen Schwerpunkt hatte, sondern auch in der Gemeinschaft insgesamt besitzt. Wenn auch die in der vorliegenden Entscheidung nachgewiesenen Maßnahmen nur zwei Ausführungen seiner Modellpalette betrafen, so zeigen verschiedene Unterlagen, dass zumindest die Bereitschaft des Herstellers bestand, soweit er es für angebracht hielt, ähnliche Maßnahmen auch bei anderen Fahrzeugmodellen anzuwenden (siehe Randnummern 35 und 43).
- (116) Nach Auffassung der Kommission ist daher unter dem Gesichtspunkt der Schwere des Verstoßes 20 Mio. EUR ein angemessener Ausgangsbetrag für die Bemessung der Geldbuße.

8.2.2. Die Dauer der Zuwiderhandlung

- (117) Ein anderer, die Höhe der Geldbuße bestimmender Faktor ist nach Artikel 15 Absatz 2 der Verordnung Nr. 17 die Dauer der Zuwiderhandlung. Wie in den Randnummern 97 bis 100 dargelegt, dauerte der Verstoß vom 26. September 1996 bis zum 6. September 1999, also fast drei Jahre.
- (118) Es handelte sich also um einen Verstoß von mittlerer Dauer.
- (119) Die Kommission vertritt die Auffassung, dass dadurch eine Erhöhung des genannten Betrags um 29 % (5,8 Mio. EUR auf einen Grundbetrag von 25,8 Mio. EUR gerechtfertigt ist.

8.2.3. Erschwerende und mildernde Umstände

- (120) Ferner sind bei der Bemessung der Geldbuße erschwerende und mildernde Umstände zu berücksichtigen.

- (121) Erschwerend ist zu berücksichtigen, dass zwei der drei Rundschreiben (siehe oben Randnummern 33 und 35) und ein Teil der individuellen Schreiben an die Händler (siehe oben Randnummern 30, 44, 48 und 52) nicht nur eine Einschränkung der Preissetzungsfreiheit der Händler bezweckten, sondern dass auch Abmahnungen, rechtliche Schritte, „energisch(e)“ Reaktionen oder gar Vertragskündigungen angedroht wurden, falls sich die Preisdisziplin der Händler nicht verbessere. Ferner ist zu berücksichtigen, dass der Vertriebsleiter Deutschland die deutschen Volkswagen-Händler und -Werkstätten bereits im ersten Rundschreiben vom 26. September 1996 „persönlich“ aufgefordert hat, ihm „alle Inserate von Volkswagen Partnern ohne Preisdisziplin zuzuleiten.“ (siehe Randnummer 33). Die Volkswagen AG hat sich demnach nicht damit begnügt, die „Preisdisziplin“ bei ihren Vertragspartnern selbst durchzusetzen und zu überwachen. Sie hat vielmehr hierzu auch noch alle deutschen Vertragspartner — gewissermaßen als „Horchposten“ — eingeschaltet und sie aufgefordert, Kollegen und Wettbewerber „ohne Preisdisziplin“ anzuzeigen. Jeder deutsche Volkswagen-Vertriebspartner musste nach dieser Aufforderung damit rechnen, dass seine Werbung auch von seinen direkten Wettbewerbern überwacht werden wird. Diese Aufforderung hat den Druck auf die deutschen Volkswagen-Vertriebspartner, die gewünschte Preisdisziplin zu zeigen, verstärkt.
- (122) Die Kommission hält aus diesen Gründen eine Erhöhung des Grundbetrags um 20 % für angemessen.
- (123) Das Argument der Volkswagen AG, die Maßnahmen seien lediglich auf die Verbesserung der Rentabilität der Händlerbetriebe ausgerichtet gewesen⁽⁸⁸⁾, erlaubt nicht die Zuerkennung eines mildernden Umstandes. Zunächst ging es der Volkswagen AG in erster Linie um die Verfolgung anderer, nämlich eigener, Interessen, wie sich aus den Rundschreiben und individuellen Schreiben ergibt (siehe die Verweisungen auf § 2 Ziffer 6 bzw. Ziffer 1 des Händlervertrags und auf den angeblich „markenschädigenden“ Charakter etc. des Vorgehens der Händler). Sodann ist es Sache der Händler, zu beurteilen, welche Preispolitik ihren wirtschaftlichen Interessen am besten gerecht wird. Artikel 81 EG-Vertrag verbietet Vereinbarungen der vorliegenden Art, gerade weil sie in die entsprechende Entscheidungsfreiheit der Händler eingreifen.
- (124) Die Kommission ist der Auffassung, dass in diesem Fall keine entlastenden Umstände vorliegen.

8.3. Schlussfolgerung

- (125) Unter Berücksichtigung aller dieser Umstände ist der Betrag der Geldbuße auf 30,96 Mio. EUR festzusetzen —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die Volkswagen AG hat einen Verstoß gegen Artikel 81 Absatz 1 des EG-Vertrags begangen, indem sie die Verkaufspreise für das Modell VW Passat dadurch festgesetzt hat, dass sie ihre deutschen Vertragshändler aufgefordert hat, beim Verkauf dieses Modells keine oder nur beschränkte Preisnachlässe an Kunden zu gewähren.

Artikel 2

Wegen des in Artikel 1 genannten Verstoßes wird gegen die Volkswagen AG eine Geldbuße in Höhe von 30,96 Mio. EUR verhängt.

⁽⁸⁸⁾ Antwort der Volkswagen AG vom 10. September 1999 auf die Beschwerdepunkte, Punkt 33 f.

Artikel 3

Die in Artikel 2 festgesetzte Geldbuße ist innerhalb von drei Monaten nach dem Zeitpunkt der Bekanntgabe dieser Entscheidung in Euro auf das folgende Bankkonto der Kommission der Europäischen Gemeinschaften zu zahlen:

642-0029000-95 (Code IBAN: BE76 6420 0290 0095; Code SWIFT: BBVABEBB)
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)
Avenue des Arts/Kunstlaan 43
B-1040 Brüssel.

Nach Ablauf dieser Frist sind Verzugszinsen fällig. Hierfür gilt der Satz, den die Europäische Zentralbank für Hauptrefinanzierungsgeschäfte berechnet. Stichtag ist der erste Arbeitstag des Monats, in dem die Entscheidung erging. Hinzu kommt ein Aufschlag von 3,5 Prozentpunkten. Insgesamt ergeben sich somit 8,05 %.

Artikel 4

Diese Entscheidung ist an die Volkswagen AG, D-38436 Wolfsburg, gerichtet.

Diese Entscheidung ist ein vollstreckbarer Titel nach Artikel 256 EG-Vertrag.

Brüssel, den 29. Juni 2001

Für die Kommission

Mario MONTI

Mitglied der Kommission
