

KOMMISSIONEN

KOMMISSIONENS BESLUT

av den 29 juni 2001

om ett förfarande enligt artikel 81 i EG-fördraget

(Ärende COMP/F-2/36.693 – Volkswagen)

[delgivet med nr K(2001) 1698]

(Endast den tyska texten är giltig)

(Text av betydelse för EES)

(2001/711/EG)

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION HAR FATTAT DETTA BESLUT

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen,

med beaktande av rådets förordning nr 17 av den 6 februari 1962, första förordningen om genomförande av artiklarna 85 och 86 i fördraget ⁽¹⁾, senast ändrad genom rådets förordning (EG) nr 1216/1999 ⁽²⁾, särskilt artikel 15.2 i denna,

med beaktande av kommissionens beslut av den 21 juni 1999 att inleda ett förfarande i detta ärende,

sedan det berörda företaget enligt artikel 19.1 i rådets förordning nr 17 och kommissionens förordning (EG) nr 2842/98 av den 22 december 1998 om hörande av parter i vissa förfaranden enligt artiklarna 85 och 86 i EG-fördraget ⁽³⁾ givits tillfället att yttra sig om de invändningar som anförts av kommissionen,

efter samråd med Rådgivande kommittén för kartell- och monopolfrågor, och

av följande skäl:

1. INLEDNING

1.1 Förfarande

- (1) I bilagan till ett klagomål från en bilköpare fick kommissionen ta del av en rundskrivelse från Volkswagen AG av den 17 april 1997. I denna skrivelse uppmanades de tyska Volkswagenhandlarna och -verkstäderna inom "Volkswagen Vertriebsleiter Deutschland" att inte sälja den nya modellen "VW Passat kombi", som introducerades på den tyska marknaden den 6 juni 1997, under det icke bindande rekommenderade priset och att tillämpa en "konsekvent prisdisciplin".
- (2) I sitt svar på en formell begäran om upplysningar från kommissionen enligt artikel 11 i rådets förordning nr 17 ⁽⁴⁾ lade Volkswagen AG fram ytterligare två skrivelser av den 26 september 1996 respektive den 26 juni 1997 som rör prisbilden för den nya VW Passat.

⁽¹⁾ EGT 13, 21.12.1962, s. 204/62.

⁽²⁾ EGT L 148, 15.6.1999, s. 5.

⁽³⁾ EGT L 354, 30.12.1998, s. 18.

⁽⁴⁾ Begäran om upplysningar från kommissionen av den 17 juli 1997 till Volkswagen AG och svar från Volkswagen AG av den 22 augusti 1997.

- (3) På grundval av dessa uppgifter och andra uppgifter från Volkswagen AG ⁽⁵⁾ överlämnade kommissionen den 22 juni 1999 ett meddelande om invändningar till Volkswagen AG. I detta meddelande beskylls Volkswagen AG för överträdelser mot artikel 81 i EG-fördraget, eftersom företaget avtalat en konsekvent prisdisciplin med de tyska handlarna i sin säljorganisation vid försäljning av modellen VW Passat.
- (4) Volkswagen AG besvarade detta meddelande om invändningar genom en skrivelse av den 10 september 1999 och bekräftade där att det beskrivna sakförhållandet i huvudsak stämde ⁽⁶⁾. Dessutom uttryckte företaget sin uppfattning, framförallt om de rättsliga slutsatserna och kommissionens anmärkningar, men lämnade ingen begäran om muntlig utfrågning.
- (5) Detta beslut riktar sig till Volkswagen AG.

1.2 Företaget

- (6) Volkswagen AG med huvudkontor i Wolfsburg är moderbolag för och samtidigt det största enskilda företaget i Volkswagenkoncernen. Koncernens affärsverksamhet omfattar tillverkning av fordonsmärkena Volkswagen, Audi, Seat och Škoda samt tillverkning av komponenter och delar åt den världsomspännande koncernen. Ytterligare verksamheter gäller områdena industrimotorer, reservdelar och försäkringar.
- (7) Volkswagen AG:s omsättning åren 1995 till 2000 omfattade:

(miljarder tyska mark)

| | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Världen | 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 nya VW Passatmodellens marknadsställning

- (8) Den nya sedanmodellen, VW Passat B 5, introducerades den 11 oktober 1996 och VW Passat B 5 kombi, som är en karosserivariant av den förstnämnda, introducerades den 6 juni 1997 på den tyska marknaden.
- (9) Antalet nyregistrerade VW Passat av den nya modellen inom EU uppgick till följande volymer:

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|------------------|--------|---------|---------|---------|---------|
| Passat B 5 sedan | 42 592 | 177 846 | i.u. | i.u. | i.u. |
| Passat kombi B 5 | 177 | 95 413 | i.u. | i.u. | i.u. |
| Totalt | 42 769 | 273 259 | 349 378 | 322 588 | 297 341 |

⁽⁵⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på en andra begäran om upplysningar från kommissionen av den 8 oktober 1998.

⁽⁶⁾ Volkswagen AG:s yttrande av den 10 september 1999 till kommissionens invändningar, skälen 1 och 5 (s. 139 f.)

- (10) Leveranserna till kunder i Tyskland uppgick till (?):

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|------------------|--------|---------|---------|---------|--------|
| Passat B 5 sedan | 14 314 | 74 768 | 53 002 | 37 742 | 26 439 |
| Passat kombi B 5 | — | 62 211 | 105 593 | 92 935 | 70 322 |
| Totalt | 14 314 | 136 979 | 158 595 | 130 677 | 96 761 |

(styckevis)

- (11) Bilindustrin och bilhandeln⁽⁸⁾ liksom också marknadsanalytiker utgår ifrån att personbilar i konsumentens ögon inte är godtyckligt utbytbara mot varandra. Därför delar de traditionellt upp personbilar i s.k. "segment". Detta görs på grundval av kriterier såsom fordonslängd, konsumentpris, karosskonstruktion, motoreffekt och märkesimage⁽⁹⁾. Vanligen delas de upp i följande segment: A minibilar, B småbilar, C små mellanklassbilar, D övre mellanklassbilar, E storbilsklassen, F lyxbilar, G minibussar och sportbilar, varvid segment G ibland också delas upp ytterligare. Dels delas det in i segmenten billiga sportbilar, dyra sportbilar och jeepar⁽¹⁰⁾, dels i segmenten minibussar, coupéer, cabrioletter och jeepar⁽¹¹⁾.
- (12) De översikter över bilpriserna inom Europeiska unionen som kommissionen offentliggör två gånger om året (se också skäl 17) grundar sig på denna indelning och innehåller prisuppgifter för personbilsmodeller enligt de ovan beskrivna sju segmenten A till G för att man samlat skall kunna presentera de modeller som är jämförbara ur konsumentsynvinkel.
- (13) Vidare bör den 23:e läsارomröstningen om bästa bil i tidskriften "auto motor und sport"⁽¹²⁾. I denna konsumentenkat fördelades 277 personbilsmodeller på totalt tio kategorier⁽¹³⁾. De sex kategorierna A minibilar, B småbilar, C små mellanklassbilar, D mellanklassbilar, E övre mellanklassbilar och F lyxbilar motsvarar innehållsligt de sex första segment som omnämns i skäl 11. Coupéer, cabrioletter, terrängbilar och skåpbilar behandlas i separata segment.
- (14) Enligt uppgifter från Volkswagen skall Passat hänföras till det segment som här kallas segment D "övre mellanklass" (fordonslängd omkring 4,45 m till omkring 4,75 m och ett prisspann mellan omkring 32 000 mark med basmotor och 60 000 mark med starkaste motor)⁽¹⁴⁾. Till detta segment hänförs också andra tillverkares fordonmodeller som nämns av Volkswagen och BMW 3-serien, Ford Mondeo och Mercedes C-klass.
- (15) Andra konkurrerande modeller bland de övre mellanklassbilarna är: 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 och Volvo S/V40.

(7) Svar från Volkswagen AG av den 21 februari 2001 på kommissionens begäran om upplysningar av den 7 februari 2001.

(8) Se VDIK:s pressmeddelande av den 13 augusti 1998 "Automobile Trends auf dem deutschen Markt", där registrerings-trender inom marknadssegmenten minibilar, småbilar, små mellanklassbilar, övre mellanklassbilar, storbilsklassen, lyxbilar, sportbilar, stadsjeepar och minibussar anges.

(9) Se kommissionens beslut av den 24 maj 1996 i ärende IV/M.741 – Ford/Mazda (EGT C 179 av den 22 juni 1996, s. 3) kommissionens beslut av den 14 mars 1994 i ärende IV/M.416 – BMW/Rover (EGT C 93 av den 30 april 1994) samt Intra-EC Car Price Differential Report, 1992, s. 29.

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

(11) Auto, Motor und Sport, nummer 22, 21 oktober 1998, s. 126 f.

(12) Auto, Motor und Sport, nummer 22, 21 oktober 1998, s. 126 f.

(13) Minibilar, småbilar, små mellanklassbilar, mellanklassbilar, övre mellanklassbilar, storbilsklassen, lyxbilar, sportbilar, cabrioletter, terrängbilar och skåpbilar.

(14) Uppgifter från Volkswagen AG i svaret av den 9 november 1998 till kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998, s. 3.

- (16) VW Passats andel i segmentet övre mellanklass (segment D) i Tyskland:

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|--|--|-----------------------------------|-----------|---------|---------|
| Totalt antal registrerade fordon inom segment D i Tyskland (alla fabrikat) | 896 422 | 922 054 | 1 029 334 | 979 214 | 840 274 |
| Antal VW Passat som levererats till kunder i Tyskland | 104 274 (varav 14 314 av den nya modellen) | 136 979 (endast den nya modellen) | 158 595 | 130 677 | 96 761 |
| Andel (i %) | 11,6 | 14,9 | 15,4 | 13,3 | 11,5 |

1.4 Prisskillnader mellan medlemsstaterna i fråga om VW Passat

- (17) Kommissionen offentliggör två gånger om året en översikt över bilpriserna inom Europeiska unionen ⁽¹⁵⁾. Tillverkarna förser kommissionen med uppgifter. Ett av kommissionens mål med att offentliggöra dessa översikter är att förbättra informationen om priserna. Konsumenterna skall kunna köpa fordon i de medlemsstater där priser och andra köpevillkor är som bäst. Därigenom försöker kommissionen dock inte att införa någon prisutjämning. Med hjälp av den förbättrade prisinformationen vill den snarare att de marknadskrafter som därigenom utlöses skall minska prisskillnaderna.
- (18) På grundval av dessa prisundersökningar kan prisskillnaderna mellan medlemsstaterna vad gäller VW Passat beskrivas utifrån följande uppgifter om VW Passat Basic 100 PS sedan:

Modell VW Passat Basic 100 PS sedan, femväxlad, fyra dörrar (*):

| År | B | D | E | F | IRL | I | L | NL | AU | P | S | UK | DK | FI | GR |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|
| 1.5.1996 föregående modell 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 föregående modell 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 |

(*) Priset före skatt i det billigaste landet har satts till 100, varvid endast länderna Belgien, Tyskland, Spanien, Frankrike, Irland, Italien, Luxemburg, Nederländerna, Österrike, Portugal, Spanien och Storbritannien har beaktats. Bilpriserna i dessa länder förtecknas i de översikter över bilpriserna inom Europeiska unionen som kommissionen offentliggör två gånger om året. I de tre länder som markerats med kursiv stil ovan, Danmark, Finland och Grekland räknades priset fram i jämförelse med det billigaste av de övriga tolv länderna. Efter införandet av den gemensamma valutan den 1 januari 1999 ändrades framställningen så tillvida att det billigaste landet inom euroområdet (Finland) fungerar som referensmarknad.

⁽¹⁵⁾ Bilpriserna inom Europeiska unionen, Europeiska gemenskapernas kommission, generaldirektorat IV- konkurrens, diverse utgåvor.

2. VOLKSWAGENS SÄLJORGANISATION OCH MÄRKET VOLKSWAGENS BETYDELSE PÅ OMRÅDET NYBILAR

- (19) Personbilar som tillverkats av Volkswagen AG säljs av handlare i en selektiv och exklusiv säljorganisation i både Tyskland och övriga medlemsstater i EU. Volkswagen AG har slutit ett återförsäljaravtal med dessa handlare. Enligt § 4.1 i det standardiserade återförsäljaravtalet, i dess version från september 1995 och i fråga om de avtal som gäller från och med den 1 januari 1998, överlåter Volkswagen AG ett avtalsområde för leverans och kundtjänst på respektive återförsäljare. Denne åtar sig att inom sitt ansvarsområde kraftigt öka försäljningsvolymen och kundservicen samt att utnyttja marknadspotentialen optimalt⁽¹⁶⁾. Enligt § 4.2 i återförsäljaravtalet får handlaren varken anlita mellanhänder eller driva filialer eller centrala försäljningsställen. Likaledes är direktreklam endast tillåten inom det marknadsområde som handlaren ansvarar för. De tyska Volkswagenhandlarna får enligt § 2.6 i återförsäljaravtalet inte leverera nya fordon till oberoende återförsäljare.
- (20) I ringa omfattning säljs också nyttillverkade fordon via Volkswagenverkstäder. Dessa säljer fordonen som kommissions- eller handelsagent för en Volkswagenhandlars räkning. Denne är direkt avtalspartner till köparen av det nya fordonet och fastställer priset.
- (21) De tyska Volkswagen- och Audihandlarnas intressen gentemot Volkswagen AG tillvaratas genom Volkswagens och Audis återförsäljarförening som är företräd i styrelsen och företagsledningen. Det förekommer regelbundna möten mellan företrädare för föreningen och Volkswagen AG. Med oregelbundna intervall hålls s.k. slutna möten mellan styrelsen och föreningen (se skälen 37 till 40), varvid det bl.a. avgörs vilka frågor som skall diskuteras med den styrelseledamot som ansvarar för märket Volkswagen (Büchelhofer). Inom denna förening förekommer dessutom möten i rådgivande kommittéer (t.ex. "Fachkreis Verkauf/Marketing VW PKW"), där frågor av gemensamt intresse diskuteras. Volkswagen AG företräddes vid de aktuella kommittémötena av chefen för divisionen "Vertrieb Deutschland" (Giffhorn). De medarbetare inom "Vertrieb Deutschland" som ansvarar för "återförsäljarorganisationen" var bl.a. Nolte och Peters. Divisionen "Vertrieb Deutschland" är dessutom uppdelad i s.k. "regioner" som var och en har en regionchef⁽¹⁷⁾.
- (22) Vad gäller rabattsituationen har Volkswagen AG meddelat kommissionen att det efter överläggningarna med handlarna i samband med den kortfristiga resultatberäkningen var känt att tyska återförsäljare tidigare beviljade en rabatt på högst 10 %, i enskilda fall dock mer, på det icke bindande rekommenderade priset. Handlarnas totala rabatter låg 1994 på 9,1 %, 1995 på 9,7 %, 1996 på 10,1 % och 1997 på 9,9 %⁽¹⁸⁾.
- (23) Beräknat på nybilsregistreringarna uppgick märket Volkswagens andel av personbilarna inom EU till följande⁽¹⁹⁾:

| | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Hela marknaden (i miljoner bilar) | 11,685 | 12,397 | 13,001 | 14,397 | 15,120 | 15,180 |
| VW (i miljoner bilar) | 1,241 | 1,369 | 1,342 | 1,579 | 1,735 | 1,670 |
| Marknadsandel (i %) | 10,6 | 11,0 | 10,3 | 11,0 | 11,5 | 11,0 |

⁽¹⁶⁾ Avtalsområdet är lika med företagets avsättningsområde. En handlares faktiska marknadsområde utgör en del av detta avtalsområde. De avtalskyldigheter som handlaren har och dennes kapacitetsbedömning gäller ansvarsområdet. Reglerna är i princip identiska i alla återförsäljaravtal. Skillnader föreligger framförallt för de enskilda handlartyperna (prestigehandlare, marknadsspecifika handlare, universalhandlare och mindre handlare) i fråga om gällande standarder.

⁽¹⁷⁾ Se 44, 46,48 till 50 och 52 samt det material som omnämns i fotnoterna.

⁽¹⁸⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998.

⁽¹⁹⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998.

- (24) Beräknat på nybilsregistreringarna uppgick märket Volkswagens andel av personbilarna i Tyskland till följande ⁽²⁰⁾:

| | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Hela marknaden (i miljoner bilar) | 3,314 | 3,498 | 3,528 | 3,736 | 3,802 | 3,379 |
| VW (i miljoner bilar) | 0,644 | 0,664 | 0,639 | 0,708 | 0,741 | 0,644 |
| Marknadsandel (i %) | 19,4 | 19,0 | 18,1 | 19,9 | 19,5 | 19,1 |

- (25) Enligt uppgifter från Volkswagen AG uppgick parallellimporten från Belgien, Frankrike, Nederländerna, Spanien, Italien, Sverige och Danmark (se fotnot 25) till Tyskland för alla personbilsmodeller till 17 355 fordon år 1998, 25 656 år 1999 och 42 738 år 2000.
- (26) De nybilar av modellen VW Passat som importerats från övriga medlemsstater och som godkänts i Tyskland uppgick under åren 1996 till 2000 till 8 728, 2 066, 3 345, 6 831 respektive 8 318 fordon ⁽²¹⁾.
- (27) Andelarna av denna återimport av det totala antal fordon av märket VW Passat (1996 framför allt den gamla modellen) uppgick under åren 1996 till 2000 till följande:

| År | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Marknadsandel | 8,4 % | 1,5 % | 2,1 % | 5,0 % | 8,1 % |

- (28) Volkswagen AG ⁽²²⁾ anger dessutom att i Tyskland såldes 1997 totalt 100 och 1998 totalt 696 Volkswagenfordon med högerstyrning till kunder i länder med högerstyrning (Storbritannien och Irland). Åren 1997 till 2000 såldes 4, 149 respektive 96 fordon av modellen VW Passat med högerstyrning ⁽²³⁾.

3. ÅTGÄRDER SOM KRITISERATS

3.1 Den första uppmaningen riktad till en återförsäljare

- (29) VW-handlare Autohaus Binder i Hofgeismar (direktör: Glinicke) annonserade den 5 september 1996 i *Hessisch-Niedersächsische Allgemeine* (utgåva Land) med ett introduktionspris inklusive besiktning och avhämtning på 32 469 mark för instegsmodellen Passat 1,6 l. ⁽²⁴⁾ En kopia av denna annons skickades den 24 september 1996 till Volkswagen AG från VW-handlaren Autohaus Neuenhagen i Niestetal med följande kommentar:

”Är detta tillåtet? För kännedom, med vänliga hälsningar, Autohaus Neuenhagen”

⁽²⁰⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998.

⁽²¹⁾ Svar från Volkswagen av den 21 februari på kommissionens begäran om upplysningar av den 7 februari 2001. I utvärderingen ingick länderna Belgien, Frankrike, Nederländerna, Spanien, Italien, Sverige och Danmark.

⁽²²⁾ Skrivelse från Volkswagen AG till kommissionen av den 16 december 1998.

⁽²³⁾ Svar från Volkswagen AG av den 21 februari 2001 på kommissionens begäran om upplysningar av den 7 februari 2001.

⁽²⁴⁾ Annons av den 5 september 1996 (s. 60).

- (30) Samma dag, den 24 september 1996, fick Autohaus Binder en varning från Volkswagen både med rekommenderad post försedd med mottagarbevis och per fax⁽²⁵⁾. I skrivelsen heter det på följande sätt:

”Bäste herr Glinicke, enligt § 2.6 i de återförsäljaravtal som nämns ovan⁽²⁶⁾ och § 2.1 i de från och med den 1 januari 1998 gällande återförsäljaravtalen är ni skyldig att företräda och på alla sätt främja de intressen som är gemensamma för Volkswagen AG, Volkswagens säljorganisation och varumärket Volkswagen.

Vi konstaterar att er annons av den 5 september 1996 i *Hessisch-Niedersächsische Allgemeine* (utgåva *Land*) om den nya modellen av Passat tydligt strider mot denna avtalsbundna skyldighet. Vi uppfattar detta som synnerligen skadligt för märket.

Därför ser vi oss föranlättna att starkt avråda er från sådan marknadsföring och att kräva att ni fortsättningsvis inte annonserar på detta för märket skadliga sätt.

Upprepas denna typ av annonsering, förbehåller vi oss rätten att häva ovan nämnda avtal”

- (31) Direktören för Autohaus Binder svarade genom en skrivelse av den 27 september 1996⁽²⁷⁾ att det vore omöjligt att bevisa på vilket sätt VW AG skulle ha skadats och att Autohaus skulle ha begått en överträdelse mot gällande avtal. Vidare betonade han att anklagelserna enligt hans egen rättskänsla skulle kunna hålla för en rättslig prövning. Dessutom kunde Binder inte konstatera något innehåll som skulle skada märket i den annons som företagets direktör satt in. Oaktat den rättsliga bedömningen stödjer han personligen inte denna annons och har uppmanat en medarbetare som tydligt ansvarar för försäljningen vid Autohaus Binder att framgent undvika sådan annonsering.

3.2 Rundskrivelse till de tyska Volkswagenhandlarna och -verkstäderna

- (32) Vid samma tid började Volkswagen AG genom rundskrivelse att systematiskt avkräva samtliga medlemmar i sin tyska säljorganisation prisdisciplin. Nedan återges kärnpassageerna i de tre rundskrivelseorna ordagrant:
- (33) Ur rundskrivelse från chefen för säljorganisationen i Tyskland av den 26 september 1996⁽²⁸⁾:

”Med stor besvikelse måste jag emellertid konstatera att några få parter för närvarande publicerar tidningsannonser där Passaten erbjuds till ett pris som ligger långt under den icke bindande prisrekommendationen⁽²⁹⁾. Jag anser detta synnerligen skadligt för märket, eftersom Passatens just skapade värde ifrågasätts redan vid introduktionen.

Jag har – tillsammans med återförsäljarrådet – redan inlett åtgärder mot detta i form av en avrådan. Jag skulle emellertid personligen vilja be er att tillämpa strikta regler och tillsända mig alla annonser från Volkswagenhandlare som inte respekterar prisdisciplinen. Jag har för avsikt att offentliggöra detta på samma sätt. Detta tillvägagångssätt anser jag absolut nödvändigt med tanke på er avkastning. Tack vare den nya modellen av Passat och det berörda förhållandet mellan pris och kapacitet har vi en stor chans att tydligt förbättra lönsamheten i era företag.”

⁽²⁵⁾ Skrivelse från Volkswagen AG (undertecknat av chefen för Vertrieb Deutschland, Giffhorn, och chefen för Vertrieb Deutschland/Händlerorganisation, Nolte) till Autohaus Binder av den 24 september 1996 (s. 59).

⁽²⁶⁾ Kommissionens synpunkt: I skälet heter det på följande sätt: återförsäljaravtal för VW- och Audi-handlare/VW:s nyttofordonsavtal samt anslutningsavtal fr.o.m. den 24 september 1996 (s. 59).

⁽²⁷⁾ Skrivelse från Autohaus Binder till Volkswagen AG av den 27 september 1996 (s. 58).

⁽²⁸⁾ Rundskrivelse från Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland, till alla Volkswagenhandlare och – verkstäder av den 26 september 1996 (s. 21).

⁽²⁹⁾ Originaltext på tyska.

- (34) Ur rundskrivelse från chefen för säljorganisationen i Tyskland av den 17 april 1997:⁽³⁰⁾

"Just i fråga om Passat, som ju helt klart har ett konkurrenskraftigt pris, saknar jag helt förståelse för handlare som annonserar långt under det icke bindande rekommenderade priset. Detta gäller särskilt med hänsyn till ökningen av era intäkter. Jag förväntar mig en konsekvent prisdisciplin."

- (35) Ur rundskrivelse från chefen för säljorganisationen i Tyskland av den 26 juni 1997⁽³¹⁾:

"... med en oro för att den uppmaning som jag lämnade i min skrivelse av den 17 april till alla Volkswagenhandlare- och verkstäder kanske inte fullt ut följs. Kom i håg att det gäller prisdisciplinen inom handeln, vilken är absolut nödvändig för att vända vinstkurvan i era företag.

Det vore t.o.m. ödesdigert om våra nya produkters mycket konkurrenskraftiga prisläge inte utnyttjades till en resultatförbättring, framför allt i fråga om Passats sedan- och kombimodeller. Kom ihåg att över 80 % av den totala omsättningen för närvarande uppnås genom försäljning av nya och begagnade bilar. Vid en så hög omsättningsandel kan verksamhetens totala intäktsituation endast förbättras om ni höjer kvaliteten på bilaffärerna, dvs. varaktigt sänker den hittills höga rabattnivån.

Volkswagen har skapat förutsättningar för att ni skall lyckas. Med modeller som är överlägsna i fråga om pris och teknisk prestanda och ett prestationsanpassat marginal- och bonussystem från och med 1998 förfogar ni över ett marknadsanpassat och konkurrenskraftigt instrument för att kunna agera optimalt på marknaden.

Nu uppmanar jag er att agera prismedvetet på marknaden. Stora rabatter är oansvarigt också för produkten och marknaderna. Som tillverkare kan vi inte godta att återförsäljaravtalet äventyras p.g.a. en underminerande prispolitik. Volkswagen AG måste definitivt reagera energiskt på detta. Självklart kommer det också framdeles att finnas en prestationsorienterad konkurrens mellan handlarna, men denna bör dock inte gälla priset utan framförallt hur man får nöjda kunder.

Detta gäller inte blott Passat kombi. Därför har vi beslutat att tills vidare kvotera alla modellvolymerna för att ge er en bättre planerings- och fristsäkerhet."

3.3 Diskussion om prisdisciplin med Volkswagens ledning och Audis återförsäljarförening

- (36) Enligt den dagordning som Volkswagen AG lagt fram som svar på en andra begäran om upplysningar⁽³²⁾ var ämnet "prisdisciplin" vid flera tillfällen föremål för diskussioner mellan Volkswagen AG och Volkswagens ledning och Audis återförsäljarförening.
- (37) En av punkterna på dagordningen, punkt 2 a om ledningens föreskrifter av den 25 mars 1997⁽³³⁾ gällde "Förhållningssätt som skadar produkten eller vinstökningen" medan punkt 5 gällde "Belöning för 'pristrotet'."
- (38) Av dagordningen för ledningens slutna möte av den 20 maj 1997⁽³⁴⁾ framgår det att man under punkt 2 skulle diskutera "Prispolitik som skadar produktionen/vinstökning" och "när skall tillverkarna äntligen uppmärksamma detta?".

⁽³⁰⁾ Rundskrivelse från Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland, till alla Volkswagenhandlare och - verkstäder av den 17 april 1997 (s. 12).

⁽³¹⁾ Rundskrivelse från Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland, till alla Volkswagenhandlare och - verkstäder av den 26 juni 1997 (s. 19).

⁽³²⁾ Kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998 till Volkswagen AG (s. 31).

⁽³³⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998, bilaga 2 (s. 48).

⁽³⁴⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998, bilaga 2 (s. 49).

- (39) En punkt på dagordningen i ledningens slutna möte av den 26 september 1997 ⁽³⁵⁾ "Övergripande försäljnings- och organisationsfrågor" samt: "Prisdisciplin, diskussion om vidare åtgärder (VW-handlarna Giffhorn och Nagel)".
- (40) Slutligen föreslog Volkswagens och Audis återförsäljarförening per fax av den 24 oktober 1997 ⁽³⁶⁾ Volkswagen AG att vid det förestående slutna styrelsemötet ta upp punkten "d) Prisdisciplin, diskussion om vidare åtgärder" under punkt 2 på dagordningen: "Presentation av diskussionspunkterna med dr Büchelhofer den 30 oktober 1997."
- (41) Volkswagen AG meddelade i sitt svar att styrelsen för Volkswagen AG inte diskuterat "prisdisciplin" ⁽³⁷⁾. Av faxet av den 24 oktober 1997 (se skäl 40) från återförsäljarföreningen till Volkswagen AG framgår det emellertid att den ledamot av Volkswagen AG:s styrelse som ansvarar för försäljningen har ägnat sig åt denna fråga och diskuterat andra relaterade åtgärder den 30 oktober 1997. Volkswagen AG meddelade emellertid i detta sammanhang att det inte fördes några mötesprotokoll vid dessa samtal.

3.4 Diskussion om prisdisciplin i Volkswagens återförsäljarråd

- (42) Till skillnad från sammanträdena i Volkswagens och Audis återförsäljarförening finns det protokoll från Volkswagens återförsäljarråd. I protokollet från sammanträdet inom återförsäljarrådets expertgrupp "Försäljning och marknadsföring" av den 16 juni 1997 ⁽³⁸⁾, där tio företrädare för expertgruppen deltog vid sidan av sju medarbetare från Volkswagen AG, bl.a. chefen för "Vertrieb Deutschland", konstateras följande under rubriken "TOP 11 Rabattschleuderei" (rabattutslumpning):

"I fråga om skada riktad mot produkter kommer tillverkaren också fortsättningsvis att överväga alla tänkbara rättsliga åtgärder som kan leda till bättre prisdisciplin inom handeln."

- (43) Av protokollet från återförsäljarrådets sammanträde i samma expertgrupp av den 16 oktober 1997 ⁽³⁹⁾, där företrädare för expertgruppen deltog vid sidan av tio medarbetare från Volkswagen AG, bl.a. chefen för "Vertrieb Deutschland", framgår följande under punkt "6.4 Nachlafverhalten" (rabattsituation) under TOP 6 "Verschiedenes" (övrigt):

"Enskilda handlare annonserade om Golf A 4 med omfattande rabatter redan före marknadsintroduktionen. Detta förhållningssätt som är skadligt både för märket och produkterna ogillas och fördöms uttryckligt av både återförsäljarföreningen och tillverkarna."

3.5 Ytterligare åtgärder för att genomföra prisdisciplin bland handlarna

- (44) Volkswagenhandlare Bernard Rütz i Konz annonserade i helgupplagan av *Trierischer Volksfreund* den 21/22 september 1996 om den nya VW Passat som "superbillig från 32 649 mark inklusive besiktning och leverans" ⁽⁴⁰⁾.

Den 2 oktober 1996 uppmanades denne handlare skriftligen av Volkswagen AG att upphöra med annonseringen ⁽⁴¹⁾. Skrivelsen motsvarar i praktiken ordagrant skrivelsen till handlaren Binder. Endast den sista meningen är annorlunda formulerad och lyder påföljande sätt:

"Om detta upprepas kommer vi att vidta rättsliga åtgärder."

⁽³⁵⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998, bilaga 2 (s. 51).

⁽³⁶⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998, bilaga 2 (s. 50).

⁽³⁷⁾ Volkswagen AG:s svar av den 10 september 1999 på invändningarna, skäl 6.

⁽³⁸⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998, bilaga 1 (s. 46).

⁽³⁹⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998, bilaga 1 (s. 47).

⁽⁴⁰⁾ Fax av den 1 september 1996 till Volkswagen AG, Region Köln (s. 72).

⁽⁴¹⁾ Skrivelse från Volkswagen AG av den 2 oktober 1996 till Bernhard Rütz GmbH (s. 71).

- (45) VW-handlare Rütz avvisade denna uppmaning genom en skrivelse av den 2 oktober 1996 ⁽⁴²⁾. I denna förklarar han att det inte går att se på vilket sätt hans skulle ha brutit mot återförsäljaravtalet.
- (46) Den 5 oktober 1996 hade VW-handlare Gramling i Karlsruhe en annons i helgupplagan av *Badische Neueste Nachrichten* (BNN) för den nya VW Passat, där bilen erbjöds för 33 500 mark ⁽⁴³⁾. Annonsen skickades den 7 oktober 1996 till Volkswagen med en uppmaning till Volkswagen att agera i enlighet med skrivelsen av den 26 september 1996.
- (47) I en skrivelse av den 7 oktober 1996 till ledningen för Volkswagen AG:s "Vertrieb Deutschland" hänvisar Autohaus Morrkopf än en gång till annonsen i BNN. Vidare heter det på följande sätt i skrivelsen ⁽⁴⁴⁾:

"Eftersom ni, herr Giffhorn, kommit överens med återförsäljarrådet om detta marknadsskadande förhållningssätt, kan jag inte förstå varför herr Hengehold och Autohaus Gramling annonserar på detta sätt. För mig är det snarast ett tecken på att det fortfarande pågår konkurrens inom märket.

Autohaus Gramling annonserade också om kundtjänsten 'Vrakpriser' i BNN- upplagan av den 21 september 1996"

- (48) Av ett meddelande från Volkswagen AG, Regionalleitung Südwest/Franken till ledningen för "Vertrieb Deutschland" av den 7 oktober 1996 framgår det att det pris som VW-handlaren Gramling erbjuder motsvarar en rabatt på 7 % ⁽⁴⁵⁾. Vidare heter det på följande sätt i meddelandet:

"Det är helt obegripligt att Hengehold som ledamot av återförsäljarrådet är en av de parter som redan före marknadsintroduktionen erbjuder den nya Passatmodellen med en kraftig rabatt. Eftersom Hengehold endast har arbetat för företaget sedan den 14 oktober 1996, har jag per telefon krävt att försäljningschefen Seifried genast upphör med sådana imageskadande priserbjudanden och meddelat att vi i egenskap av Volkswagen AG förbehåller oss rätten till vidare åtgärder."

- (49) I en skrivelse från Volkswagen AG av den 16 oktober 1996 ⁽⁴⁶⁾ till Autohaus Hirschauer i Baierbrunn om att bevilja rabatter för Passat B 5 heter det på följande sätt:

"Herr Hirschauer,

genom en skrivelse av den 26 september 1996 uppmanades ni till prisdisciplin ifråga om den nya Passatmodellen.

Den 10 oktober 1996 utlovade er försäljare, Aurich, per telefon en rabatt på mer än 12 %. Detta uppfattar vi som skadligt för märket, eftersom den nya Passatmodellens värde ifrågasätts redan vid introduktionen på marknaden.

Med den nya Passatmodellen och det förhållande mellan pris och prestanda som gäller för den har ni stora chanser att förbättra lönsamheten i ert företag.

Denna skrivelse är en varning och vi kräver att ni omgående anpassar er till detta handlingsätt."

⁽⁴²⁾ Skrivelse av den 2 oktober 1996 från Bernhard Rütz GmbH till Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland (s. 70).

⁽⁴³⁾ Fax av den 7 oktober 1996 från herr Offermann till Volkswagen AG, Region Stuttgart (s. 53). Skrivelse och bilagor från Autohaus Morrkopf av den 7 oktober 1996 till Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland (s. 54 till 57).

⁽⁴⁴⁾ Skrivelse från Autohaus Morrkopf av den 7 oktober 1996 till Volkswagen AG, Leiter Vertrieb Deutschland (s. 54).

⁽⁴⁵⁾ Internt meddelande från Volkswagen AG, Regionalleitung Südwest/Franken, till Leiter Vertrieb Tyskland av den 7 oktober 1996 (s. 52).

⁽⁴⁶⁾ Skrivelse från Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland, Region München, av den 16 oktober 1996 till Auto Hirschauer KG (s. 69).

- (50) Den 10 april 1997 hölls ett samtal mellan två företrädare för Volkswagen AG, Region Süd och VW-handlaren Hirschauer i Baierbrunn. I mötesprotokollet av den 10 april 1997⁽⁴⁷⁾ under rubriken "Störande inställning till rabatter från VW-handlare Hirschauer i Baierbrunn" fördes anteckningar över samtalets innehåll. Företrädaren för Volkswagen AG, Region Süd, påpekade för de tre närvarande företrädarna för Autohaus Hirschauer att under första halvåret har 54 fordon sålts inom det egna marknadsområdet och 369 till andra marknadsområden. Detta beror på att företaget Hirschauer genom sina tidningsannonser värvat kunder med löften om stora rabatter. Dessa kunder kommer inte att kunna få tillgång till serviceorganisationen.
- (51) Vidare anmärktes det på att företaget Hirschauer inte bearbetar sitt eget marknadsområde ordentligt, eftersom endast 54 %⁽⁴⁸⁾ av leveranserna sker på det egna marknadsområdet, vilket ligger under genomsnittsvärdet 72 %. Kommentaren slutar med anmärkningen att företrädare för Volkswagen AG och Autohaus kommit överens om att

"leveranserna skall stabiliseras genom att Aurich åläggs att uppnå en procentsats som är anpassad till företagets storlek (rabattrelation, inbyte av begagnade bilar osv.)⁽⁴⁹⁾."

- (52) Skrivelsen från Volkswagen AG, "Vertrieb Deutschland, Region Süd" av den 18 april 1997 anknyter till samtalet med VW-handlaren Hirschauer⁽⁵⁰⁾. I skrivelsen om "rabattförhållanden" heter det på följande sätt:

"Herr Hirschauer,

härmed intygar vi att ett samtal ägde rum den 10 april 1997 i Volkswagen Region Süd.

Anledningen var det sedan tidigare oförändrade marknadsstörande förhållande som dominerar vid den offentliga annonseringen om nybilar. Redan i skrivelsen av den 16 oktober 1996 såg vi oss tvungna rikta en varning till ert företag.

Den totala situationen diskuterades utförligt med er och det konstaterades att den egna marknaden endast är uttömd till 54 % inom nybilssektorn, att de inbytta begagnade bilarna inte säljs till konsumenterna av ert företag och att nybilskunderna värvas med hjälp av stora rabatter i tidningsannonser.

Detta strider mot all affärssed, vilket också bekräftas av det dåliga affärsresultatet (svagt resultat, partiella förluster) för åren 1994 till 1996 som vi nu ser.

Vi fick ett tydligt intryck av att er försäljare, Aurich, har alltför fria händer och att ni inte längre har överblick över hans handlande.

Det avtalades att konkreta åtaganden såsom antal, rabatter och inbyten av begagnade bilar osv. skriftligen skulle bestämmas med Aurich och anpassas till storleken på ert företag och marknaden.

I vårt gemensamma intresse (märkets image) uppmanar vi er än en gång uttryckligen att ändra er inställning på ovanstående sätt, eftersom avtalsrättsliga följder inte kan uteslutas."

⁽⁴⁷⁾ Originaltext på tyska

⁽⁴⁸⁾ Samtalsprotokoll av den 10 april 1997 från Volkswagen AG, Region Süd (s. 68).

⁽⁴⁹⁾ Denna procentsats återfinns i samtalsprotokollet men överensstämmer inte med de absoluta försäljningstalen ovan.

⁽⁵⁰⁾ Skrivelse från Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland, Region Süd, av den 18 april 1997 till bilhandlarfirman Hirschauer KG (s. 66).

- (53) Autohaus Tiemeyer i Bochum skickade i september 1998 värvningsbrev till sina kunder där de inbjöds till en visning lördagen den 12 september 1998 ⁽⁵¹⁾. I detta brev heter det på följande sätt:

”Här kan ni i lugn och ro titta närmare på våra nyaste modeller av Volkswagen och Audi. För att ni skall kunna göra detta har vi förberett flera specialerbjudanden för er.

Vid visningen erbjuder

- vår verkstad 20 % rabatt på arbetsinsatser,
- vårt reservdelslager 15 % rabatt på alla reservdelar,
- vår avdelning för begagnade bilar 10 % rabatt på alla begagnade bilar, och
- vår nybilsavdelning 10 % rabatt på alla fordon.”

- (54) Volkswagen AG påpekade följande för Autohaus Tiemeyer i en skrivelse av den 13 oktober 1998 ⁽⁵²⁾:

”I samband med den visning som ni arrangerade skickade ni värvningsbrev till era kunder där oproportionerligt höga rabatter för erbjuds för nybilar, reservdelar och verkstadsarbeten inom ert företag.

Bortsett från att vi betraktar denna värvningskampanj som utomordentligt skadlig för märket, vill vi påpeka för er att detta är ett brott mot rabattöverenskommelsen.

Därför uppmanar vi er att avstå från denna typ av värvningserbjudanden.”

- (55) Den 19 oktober 1998 försäkrade Autohaus Tiemeyer Volkswagen AG om följande:

”(...) vi återkommer till det samtal som vi idag fört med er om vår visning och vill meddela er att vi inte kommer att genomföra något sådant arrangemang igen, eftersom vi själva kommit till insikt om att vi i detta fall har skjutit bredvid målet. (...)” ⁽⁵³⁾

4. ARTIKEL 81.1 (F.D. ARTIKEL 85) ⁽⁵⁴⁾

4.1 Avtal mellan företag

- (56) Volkswagen AG och företagets tyska återförsäljare är företagare enligt artikel 81.1.
- (57) De tre rundskrivelserna (se skälen 33 till 35) anknyter till Volkswagen AG:s avtalsförbindelser med återförsäljarna. Genom rundskrivelserna konkretiseras dessa prisförbindelser på så sätt att återförsäljarna inte ser de rekommenderade listpriserna för den nya VW Passat som icke bindande utan i allt väsentligt betraktar dem som bindande och att de endast får bevilja små rabatter. I den första rundskrivelsen av den 26 september 1996 kompletterades denna anvisning med uppmaningen att handlarna skulle ”ange alla annonser från Volkswagenpartner utan prisdisciplin.” Genom rundskrivelserna fastställs på så sätt Volkswagen AG:s säljpolitik för en viss personbilsmodell. Enligt EG-domstolens rättspraxis ⁽⁵⁵⁾ innebär anslutningen till återförsäljarorganisationen att avtalsparterna uttryckligen eller tyst godtar tillverkarens säljpolitik. Rundskrivelserna utgör därför en del av Volkswagen AG:s avtal med sina återförsäljare, eftersom de skall betraktas som del av en löpande affärsförbindelse på grundval av ett befintligt allmänt avtal (återförsäljaravtalet).

⁽⁵¹⁾ Skrivelse från herr Tiemeyer KG av den 9 september 1998 till kunderna (s. 64 f.).

⁽⁵²⁾ Skrivelse från Volkswagen AG, Vertrieb Deutschland, Händlerorganisation, av den 13 oktober 1998 (s. 62).

⁽⁵³⁾ Skrivelse från herr Tiemeyer KG av den 19 oktober 1998 till Volkswagen AG (s. 61).

⁽⁵⁴⁾ En del av överträdelseperioden ligger före Amsterdamfördragets ikraftträdande den 1 maj 1999, då nuvarande artikel 81 i EG-fördraget fortfarande var artikel 85 i EG-fördraget. Nedan hänvisas uteslutande till artikel 81, eftersom artikelns innehåll inte har ändrats på grund av omnumreringen av Amsterdamfördraget.

⁽⁵⁵⁾ Se EG-domstolens dom av den 25 oktober 1983, AEG/kommissionen, 107/82, Rec. 1983, s. 3151 (s. 3195); EG-domstolens dom av den 17 september 1985, Ford/kommissionen, 25 och 26/84, Rec. 1985, s. 2725 (s. 2743).

- (58) De uppmaningar att upphöra med annonseringen som riktats till fem Volkswagenhandlare (se skäl 29 f. och skäl 44 f), av vilka skrivelsen till Autohaus Binder av den 24 september 1996 (se skäl 30) skickades strax före den första av de tre rundskrivelser som riktats till alla tyska säljpartner, anknöt just till Volkswagen AG:s avtalsförhållanden med sina återförsäljare. Där underströks dessa förhållanden i fråga om återförsäljarnas prispolitik för att de skulle ändra den och i annonserna huvudsakligen ange de icke bindande priser som Volkswagen AG rekommenderat för VW Passat, samt ta ut dessa priser vid försäljningen. Dessa uppmaningar som innebar hot om rättsliga följder mot återförsäljarna om de inte efterlevdes har också blivit en del av Volkswagen AG:s avtal med de återförsäljare som uppmanats att upphöra med sin annonsering.
- (59) Sammantaget kan det konstateras att det förekom ett system av avtal mellan Volkswagen AG och dess tyska återförsäljare som bestod av de tre rundskrivelseerna och de uppmaningar som riktats till enskilda återförsäljare och som syftade till att genomföra prisdisciplin i fråga om VW Passat. Detta mål fastställdes för övrigt vid Volkswagen AG:s möten med återförsäljarrådet (se skäl 42 f.).
- (60) Volkswagen AG bestrider att åtgärderna skulle vara avtal i den mening som avses i artikel 81.1. i fördraget. Företaget anser att de åtgärder som beslutats är ensidiga handlingar som inte omfattas av artikeln⁽⁵⁶⁾. Medan det i målen AEG⁽⁵⁷⁾ och Ford⁽⁵⁸⁾ samt också målet BMW⁽⁵⁹⁾, som anförts av kommissionen, gäller tolkningen av en bestämmelse i fördraget eller frågan om en bestämmelses faktiska omfattning, har den berörda prispolitiken ingen anknytning till fördraget. I stället strider denna politik mot §8.1 i återförsäljaravtalet, enligt vilken endast icke bindande prisrekommendationer från tillverkaren är tillåtna. Den säljpolitik som tillämpas av Volkswagen har därför inte heller stillatigande godtagits av återförsäljarna, vilket kommissionen hävdar.
- (61) Volkswagen AG:s synsätt är av flera skäl inte hållbart.
- (62) För det första har förstainstansrätten i sin dom i fallet "Volkswagen" med uttrycklig hänvisning till domarna i målen "Ford" och "BMW" klargjort att de krav som tillverkaren ställt på avtalshandlare är tillräckligt för att utgöra ett avtal om de "syftar till att påverka avtalshandlarnas fullföljande av avtalet med tillverkaren eller importören".⁽⁶⁰⁾ Detta kriterium var utan tvekan uppfyllt här. Huruvida avtalet innehöll en särskild klausul som de omstridda kraven från Volkswagen AG byggde på eller om detta krav stred mot en annan avtalsklausul är alltså ovidkommande.
- (63) För det andra stämmer inte påståendena att det inte finns någon anknytning till avtalet eller att kravet t.o.m. skulle stå i strid med § 8.1 i avtalet.
- (64) Som framgår av materialet ansåg Volkswagen AG att anknytningen utgjordes av uppmaningarna i § 2.6 i VW/Audis återförsäljaravtal⁽⁶¹⁾ respektive § 2.1 i Volkswagens återförsäljaravtal⁽⁶²⁾. Enligt dessa var VW-handlarna skyldiga "att tillvarata och främja de intressen som VW AG, Volkswagen Vertriebsorganisation och märket Volkswagen företräder. Därvid skall återförsäljaren uppfylla alla avtalskrav i fråga om distributionen av fabriksnya Volkswagenbilar, lagerhållning av reservdelar, kundtjänst, försäljningsökning, marknadsföring och utbildning samt försäkring av en viss standard på kapaciteten på respektive område inom Volkswagenkoncernen." Det hänvisas uttryckligen till denna regel i uppmaningsskrivelsen till VW-handlarna Binder av den 24 september

⁽⁵⁶⁾ Se punkterna 2, 14 och särskilt 15–19 i svaret från Volkswagen AG av den 10 september 1999 på invändningarna.

⁽⁵⁷⁾ Ibid., se fotnot 55.

⁽⁵⁸⁾ Ibid., se fotnot 55.

⁽⁵⁹⁾ EG-domstolens dom av den 24 oktober 1995, C-70/93, BMW/BMW ALD Autoleasing, Rec. s. I-3439, 3467 f.

⁽⁶⁰⁾ Förstainstansrättens dom av den 6 juli 2000, T-62/98, Volkswagen/kommissionen, punkt 236.

⁽⁶¹⁾ I versionen från januari 1989 – reglerna i denna återgavs nära nog ordagrant i § 2.1 i Volkswagens återförsäljaravtal från september 1995.

⁽⁶²⁾ I versionen från september 1995. Fr.o.m. den 1 januari 1998 gällde en ny version där denna regel (fortfarande § 2.1) förblev oförändrad.

1996 (se skäl 29) och Rütz av den 2 oktober 1996 (se 44). Dessa återförsäljares prispolitik definieras närmare bestämt som "skadlig för märket" och handlarna "uppmannas att aldrig mer sätta in en sådan annons". I övriga relaterade handlingar hänvisas visserligen inte direkt till en särskild regel i återförsäljaravtalet, men det är uppenbart att det för Volkswagens del också här handlade om att genom lämpliga "uppmaningar" konkretisera handlarnas allmänna skyldighet att företräda och främja tillverkarens intressen. I de första och tredje rundskrivelserna, i samtalen med återförsäljarföreningen (VW och Audi) samt skrivelserna till handlarna Gramling, Hirschauer och Tiemeyer framgår det tydligt att omfattande rabatter enligt Volkswagen AG avsevärt inkräktar på dessa intressen. Sådana rabatter betecknas också här som "skadliga för märket" respektive "skadliga för produkten".

- (65) Man kan heller inte tala om någon "motsägelse" mellan denna uppmaning och § 8.1 i återförsäljaravtalet. Enligt denna regel "lämnar VW AG icke bindande prisrekommendationer för konsumentpriser och rabatter". Dessa rekommendationer tas enligt de följande punkterna i denna regel med i beräkningen av priser och utjämningsanspråk som sedan gäller mellan återförsäljarna och tillverkaren. Att denna mekanism omfattar tillverkarens rätt att lämna icke bindande prisrekommendationer, innebär ingen specifik garanti visavi handlaren att tillverkaren också i all framtid kommer att bortse från bindande prisangivelser, t.ex. inom § 2.1 i återförsäljaravtalet.
- (66) Denna tolkning understöds också av ett stort antal punkter i de berördas agerande. Om de omstridda uppmaningarna inte skulle ha omfattats av återförsäljaravtalet eller t.o.m. skulle ha stridit emot det, vilket Volkswagen AG numera (i efterhand) hävdar, så hade tillverkaren knappast kunnat hota handlarna med åtgärder inom ramen för återförsäljaravtalet. I det sammanhanget står Volkswagen AG:s påstående⁽⁶³⁾ att företaget "inte skyr några åtgärder i fall en handlare inte följer prisrekommendationerna" i klar motsats till föreliggande uppgifter. I de ovan nämnda skrivelserna hotades Binder och Rütz med att de vid en "upprepning" måste räkna med att återförsäljaravtalet "hävs" eller att "rättsliga åtgärder" vidtas, om de fortsatte. Också i sin skrivelse till Autohaus Hirschauer av den 18 april 1997 (se skäl 52) hotar Volkswagen AG med att "avtalsrättsliga följder är oundvikliga" om återförsäljaren inte skulle ändra sitt förhållningssätt. Av svarsskrivelserna från Binder av den 27 september 1995 (skäl 31) och Rütz av den 2 oktober 1996 (skäl 45) framgår det också att de kritiserade handlarna satte uppmaningarna i ett avtalsrättsligt sammanhang. I sin kontakt med Volkswagen bestred de visserligen att de brutit mot formuleringarna i det ursprungliga avtalets formella version såsom det undertecknats av tillverkare och återförsäljare. De uppfattade emellertid tydligt de uppmaningar som riktades till dem på så sätt att dessa (därefter) skulle leda till en precisering av avtalet enligt Volkswagen AG:s önskemål. Därför svarade handlare Binder Volkswagen AG att han uppmant sina medarbetare att framgent bortse från annonser som satts in av kritiserade tillverkare. Ingen av handlarna hävdade att Volkswagen AG:s anvisningar låg utanför återförsäljaravtalet.
- (67) Yttranden från handlarnas intresse företrädare liksom från en enskild återförsäljare pekar i samma riktning. Dagordningarna från återförsäljarföreningens olika slutna styrelsemöten, som hölls efter det att Volkswagens omstridda prispolitik infördes, ger besked om föreningens inställning till åtgärder från tillverkarens sida som leder till mer prisdisciplin. Dessa karakteriseras inte alls som åtgärder utanför avtalet utan välkomnas snarare (se skäl 36 f.). Enligt vad som framgår av protokollen från mötena den 16 juni 1997 och 16 oktober 1997 (se skälen 42 och 43), uttalade sig handlarnas företrädare på samma sätt i Volkswagens rådgivande kommitté för kontakter med återförsäljarna. Enligt detta protokoll ser återförsäljarföreningen stora rabatter för en annan nyligen införd modell som "skadlig för märket och produkten" som den "uttryckligen ogillar och fördömer". Slutligen betecknade också handlare Morrkopf en annan handlares stora rabatter som "skadliga för märket" och tvekade därvid inte att ange detta enligt den första rundskrivelsen från Volkswagen AG.
- (68) I detta fall är det ovidkommande om och i vilken omfattning de tyska Volkswagenhandlarna faktiskt ändrat sin prissättning på grund av rundskrivelserna och uppmaningarna.

⁽⁶³⁾ Svar från Volkswagen AG av den 10 september 1999 på invändningarna, skäl 17.

- (69) Detta sammantaget gör det omöjligt att godta den invändning som Volkswagen AG i efterhand gjort under förvaltnings förfarandet, dvs. att rundskrivelserna och uppmaningarna lämnades utanför återförsäljaravtalen och till och med bröt mot dessa och att det därför rörde sig om ensidiga åtgärder.

4.2 Konkurrensbegränsningar

- (70) Av nedanstående framgår det att de berörda åtgärderna märkbart har begränsat konkurrensen. Detta har Volkswagen AG f.ö. inte bestridit i sitt svar på invändningarna.

4.2.1 Syftet med åtgärderna: Begränsning av konkurrensen

- (71) Det anförda syftet med de tre rundskrivelserna från Volkswagen AG och uppmaningarna till återförsäljarna var att ge alla tyska Volkswagenhandlare ⁽⁶⁴⁾ skäl att inte eller åtminstone inte avsevärt avvika från de "icke bindande" rekommenderade listpriserna. Åtgärderna syftade därmed till att binda försäljningspriserna, dvs. en begränsning av konkurrensen inom märket på prisområdet. Det rör sig alltså om ett fall av fasta priser enligt artikel 81.1 a.
- (72) Volkswagen AG hävdar i fråga om handlare Tiemeyer att denne har brutit mot den tyska rabattlagstiftningen och det därför inte föreligger någon konkurrensbegränsning. Mot detta kan invändas att rabattlagstiftningen endast förbjuder annonseringen om vissa priser som följer av "rabatter" (3 % eller mer) i förhållande till "normala" priser. För återförsäljaren är det emellertid inte förbjudet att annonsera om samma priser, utan att ange att det handlar om rabatter. För Volkswagens del gällde det inte – eller åtminstone inte enbart – former av annonsering som enligt företaget var otillåtna, utan själva prisnivån.

4.2.2 Effekten av åtgärderna

- (73) Volkswagen AG hävdar dessutom att de olika rundskrivelserna inte lett till att återförsäljarna ändrat sitt beteende och att återförsäljarna fortsatt att lämna rabatter på omkring 10 % av det rekommenderade listpriset ⁽⁶⁵⁾.
- (74) Under de omständigheter som råder i detta fall är det knappast möjligt att fastställa återförsäljarens exakta förhållningssätt, men det är heller inte det saken gäller. Enligt rättspraxis räcker det att de berörda åtgärderna (se skäl 71 f.) syftar till en konkurrensbegränsning för att artikel 81.1 skall kunna tillämpas. Det behöver däremot inte påvisas att en sådan begränsning också har effekt. ⁽⁶⁶⁾

4.2.3 Är konkurrensbegränsningen märkbar?

- (75) Effekten av rundskrivelserna och uppmaningarna på priskonkurrensen och vars inriktning bekräftades vid mötena i återförsäljarrådet, framgår i detta fall om följande synvinklar sammantaget beaktas:

⁽⁶⁴⁾ Det faktum att handlare Rütz uteslöts ur återförsäljarorganisationen i slutet av 1997 är ovidkommande, eftersom överträdelsen därefter gällde alla de handlare som var kvar inom organisationen.

⁽⁶⁵⁾ Skäl 21 i Volkswagens AG:s svar på invändningarna med hänvisning till företagets svar av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar (se skäl 22 i detta beslut).

⁽⁶⁶⁾ EG-domstolens dom av den 13 juli 1966, associerade domar 56 och 58 1964 Consten GmbH och Grundig-Verkaufs GmbH/kommissionen, Rec. 1966, s. 321, 390 f.

- (76) För det första syftade de kritiserade åtgärderna till att fastställa försäljningspriser för att därigenom utesluta en betydande konkurrens variabel i form av möjligheten att bevilja rabatter. Betydelsen av denna konkurrensfaktor inom bilhandeln bekräftas också av artikel 6.1.6 i kommissionens förordning (EG) nr 1475/95 av den 28 juni 1995 om tillämpning av fördragets artikel 85.3 på vissa grupper försäljnings- och serviceavtal för motorfordon ⁽⁶⁷⁾ ⁽⁶⁸⁾. Enligt denna gäller inte undantaget om exempelvis tillverkaren begränsar återförsäljarens frihet att själv bestämma priserna och rabatterna vid åter försäljningen av varor som omfattas av återförsäljaravtalet ⁽⁶⁹⁾.
- (77) För det andra syftade de till avsevärda avvikelser från normalt konkurrensbeteende i handlarnas prissättning. Enligt uppgift från Volkswagen AG har de tyska Volkswagenhandlarna på det totala utbudet av varor och tjänster genomsnittligen beviljat rabatter på 9,7 % (1995), 10,1 % (1996) och 9,9 % (1997) på de rekommenderade listpriserna (se skäl 22). När det gäller nya bilmodeller beviljas enligt dessa uppgifter ⁽⁷⁰⁾ åtminstone mindre rabatter än när det gäller äldre modeller. I fråga om den nya VW Passat var det emellertid uppenbarligen annorlunda. En av de tillrättavisade återförsäljarna (se skäl 48) erbjöd denna modell till en rabatt på 7 % och en annan till en rabatt på 12 % (se skäl 49). Omfattningen av denna rabatt som genom de kritiserade åtgärderna helst skulle reduceras till noll, utgör en hållpunkt för det konkurrensförhållande som förmodligen skulle ha rätt utan dessa åtgärder. Volkswagen AG medger självt att "det väl knappast finns någon återförsäljare som inte ger någon rabatt" ⁽⁷¹⁾.
- (78) För det tredje gällde den ovan beskrivna konkurrensbegränsningen alla tyska återförsäljare i Volkswagen AG:s selektiva och exklusiva säljorganisation och syftade särskilt till en begränsning av konkurrensen mellan tyska Volkswagenhandlare inom märket, men också konkurrensen inom märket mellan tyska och utländska Volkswagenhandlare. I avsnitt 4.3 nedan behandlas denna senare aspekt närmare.
- (79) För det fjärde är VW Passat en mycket eftertraktad bilmodell i Tyskland, både i fråga om dess absoluta försäljningstal och det segment som den tillhör. I segment D var VW Passat 1997, dvs. strax efter marknadsintroduktionen, med en andel på omkring 15 %, den näst mest sålda bilmodellen i Tyskland efter Opel Vectra. Första halvåret 1998 låg andelen i detta segment i Tyskland t.o.m. på 16 %. Konkurrensbegränsningen gällde alla leveranser av VW Passatbilar i Tyskland. Även om inte bara segment D, som VW Passat skall hänföras till, utan eventuella överlappningar med grannsegmenten C och E skulle beaktas, skulle den här modellens andel redan 1997 ligga på över 6 % i Tyskland och därigenom vara tillräckligt stor för att påverka konkurrensen. I detta sammanhang bör det också påpekas att tillämpligheten av artikel 81.1 på (vertikala) fasta priser enligt meddelandet om avtal av mindre betydelse som inte omfattas av artikel 81.1, inte är utesluten ens när det berörda företags marknadsandel ligger under 10 %. ⁽⁷²⁾
- (80) Åtgärden var begränsad till Tyskland och var också märkbar där. Volkswagen AG, en marknadsaktör med avsevärd erfarenhet, utgick uppenbarligen självt ifrån att en åtgärd som begränsar sig till Tyskland kan ge effekter där som inte påverkas alltför mycket av parallellimport. Sådillvida skall hänsyn tas till att medan parallellimporten av nya VW Passatbilar visserligen var avsevärd under den

⁽⁶⁷⁾ EGT L 145, 29.6.1995, s. 25.

⁽⁶⁸⁾ Det stämmer att avtal om fasta priser (precis som i detta fall) som slutits mellan tillverkare och handlare redan omfattas av artikel 6.1.3 i denna förordning. Detta ändrar emellertid ingenting i det faktum att sjätte stycket i denna bestämmelse utgör en hänvisning till den särskilda betydelse som tillkommer återförsäljarnas frihet på prisområdet och den motsvarande konkurrensen inom märket.

⁽⁶⁹⁾ Jfr också den tionde motiveringen och artikel 4 a i kommissionens förordning (EG) 2790/1999 av den 22 december 1999 om tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden (EGT L 336, 29.12.1999, s. 21) och skäl 46 i kommissionens tillkännagivande Riktlinjer om vertikala begränsningar (EGT C 291, 13.10.2000, s. 1). I dessa handlingar förtydligas att fixeringen av återförsäljningspriser är ert lika allvarligt ingrepp i konkurrensen, oavsett i vilken form de sker. Se också kommissionens grönbok om vertikala begränsningar i EG:s konkurrenspolitik, skäl 276 där det heter att: "Principen att prisbindning (...) skall behandlas som allvarliga överträdelser av konkurrensreglerna gäller även fortsättningsvis."

⁽⁷⁰⁾ Svar från Volkswagen AG av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998, bilaga (s. 41).

⁽⁷¹⁾ Svar av den 9 november 1998 på kommissionens begäran om upplysningar av den 8 oktober 1998, s. 3.

⁽⁷²⁾ EGT C 372, 9.12.1997, s. 13 f., del II., skäl 11 b, första strecksatsen.

omstridda perioden, utgjorde den endast en bråkdel av försäljningen inom Volkswagens tyska försäljningsorganisation (se skäl 25 f.). Det förhöll sig så trots att det i fråga om VW Passat under samma period förelåg avsevärda prisskillnader mellan Tyskland och en rad medlemsstater (se skäl 18) och att det sedan införandet av det europeiska typgodkännandeintyget⁽⁷³⁾ numera är möjligt att godkänna varje ny personbil som köpts inom Europeiska unionen i alla medlemsstater utan förnyad teknisk kontroll. Emellertid kvarstår andra hinder för parallellhandeln. Det är fortfarande svårt för konsumenterna att köpa en personbil i en annan medlemsstat. Det är alltid förknippat med fler problem än att köpa en bil hos en återförsäljare i en inhemsk bilhandlarorganisation. Ett stort antal handlare föredrar att betjäna lokala kunder, framförallt om de kan sälja till kunder inom sitt eget avtalsområde och särskilt i fråga om efterfrågade modeller. Ofta kräver de också höga handpenningar av utländska kunder. Allt detta leder till att parallellhandeln endast i begränsad omfattning tränger ut köp hos en återförsäljare inom den inhemska organisationen, vilket i sin tur betyder att det inte kan leda till en anpassning av de (förhållandevis höga) tyska priserna till de (låga) priserna i övriga medlemsstater.

4.3 Syftade åtgärderna till en märkbar begränsning av handeln mellan medlemsstaterna?

- (81) Ytterligare en förutsättning för att artikel 81.1 skall kunna tillämpas är att Volkswagen AG:s kritiserade åtgärder är avsedda att märkbart begränsa handeln mellan medlemsstaterna.
- (82) Ett avtal syftar till att begränsa handeln mellan medlemsstater om det utifrån en viss mängd objektiva, rättsliga eller faktiska omständigheter kan påvisas att detta avtal direkt eller indirekt, faktiskt eller potentiellt kan påverka varuflödet mellan medlemsstater negativt, när det gäller målet att uppnå en mellanstatlig marknad.⁽⁷⁴⁾ EG-domstolen har vidare beslutat att en begränsning av den mellanstatliga handeln inte enbart föreligger om åtgärden begränsar det mellanstatliga varuutbytet eller avgränsar marknader från varandra, utan också när avtalet leder till en avsevärd ökning av handelsvolymen mellan medlemsstaterna⁽⁷⁵⁾. Enligt detta behöver man endast påvisa att ett avtal syftar till att påverka det mellanstatliga varuutbytet.⁽⁷⁶⁾
- (83) Den omstridda åtgärden i detta fall syftade till att på konstgjord väg hålla uppe priserna för VW Passat i Tyskland. Den gick ut på att bibehålla och stärka ett högprisområde som omfattade hela Tyskland. Bortsett från detta kunde den dessutom tillämpas oberoende av om den berörda kunden kom från Tyskland eller från en annan medlemsstat.
- (84) Storleken på prisskillnaderna mellan medlemsstaterna är en faktor med avsevärt inflytande på den mellanstatliga handeln. Detta bekräftas särskilt av omfattningen på importen till Tyskland från Belgien, Frankrike, Nederländerna, Spanien, Italien, Sverige och Danmark (se skäl 25). Också Volkswagen AG bekräftar prisskillnadernas allmänna betydelse, eftersom företaget anger att försäljningen av fordon från Tyskland till EU-länder endast förekom i relativt ringa omfattning eftersom försäljningspriserna för personbilar av märket VW i Tyskland ligger över priserna i de flesta andra EU-länder.⁽⁷⁷⁾

⁽⁷³⁾ Se kommissionens direktiv 98/14/EG av den 6 februari 1998 om anpassning av medlemsstaternas lagstiftning om anpassning till den tekniska utvecklingen av rådets direktiv 70/156/EEG om tillnärmning av medlemsstaternas lagstiftning om typgodkännande av motorfordon och släpvagnar till dessa fordon (EGT L 91, 25.3.1998, s. 1).

⁽⁷⁴⁾ Rättspraxis, se särskilt EG-domstolens dom av den 21 januari 1999, de förenade målen C-215/96 och C-216/96, Bagnasco, REG. 1999, I-135, punkt 47. Förstainstansrätten dom av den 6 juli 2000 Volkswagen/kommissionen, punkt 179 och den dom som omnämns där.

⁽⁷⁵⁾ EG-domstolens dom av den 13 juli 1996, punkterna 56 och 58–64, Grundig/Consten, Rec. 1966, s. 321, 389 f. Kommissionens beslut av den 18 juli 1988 i ärendet Napier Brown/British Sugar, EGT L 284, 19.10.1988, s. 41 och s. 57 skäl 80.

⁽⁷⁶⁾ Förstainstansrättens dom av den 6 juli 2000 i målet Tyskland-62/98, Volkswagen/kommissionen, punkt 179 och den dom som omnämns där.

⁽⁷⁷⁾ Svar från Volkswagen AG av den 10 september 1999 på kommissionens invändningar, skäl 30.

- (85) Således syftade de omstridda åtgärderna särskilt till att märkbart påverka den mellanstatliga handeln genom en förändring av importen till Tyskland. Om tyska Volkswagenkunder inte längre har möjlighet att få tillräckligt höga rabatter hos tyska handlare, ökar det ekonomiska incitamentet att köpa en ny tillverkad bil i utlandet på motsvarande sätt.
- (86) Vad gäller exporten från Tyskland, skall det erinras om att Tyskland visserligen traditionellt är ett högprisland, varför exporten till de flesta andra medlemsstater förefaller vara av ringa omfattning. Vad gäller Storbritannien, är situationen emellertid speciell. Tyskland ligger nämligen i fråga om exempelvis prisnivån för VW Passat traditionellt efter Storbritannien, dvs. först på andra plats (se översikten om prisnivån i medlemsstaterna under skäl 18). Därför har flera brittiska kunder efterfrågat den nya Passat VW i Tyskland under den berörda perioden. I Tyskland såldes under 1997 enligt Volkswagen AG ⁽⁷⁸⁾ totalt 100 och år 1998 hela 696 Volkswagenbilar med högerstyrning till kunder framför allt från Storbritannien och Irland (se skäl 25). För VW Passat uppgick exporten från Tyskland till fyra fordon 1997, 149 år 1998 och 111 år 1999. De kritiserade åtgärderna syftade till att få berörda kunder som var spekulanter på högerstyrda fordon att övergå till parallellimport från andra medlemsstater än Tyskland, dvs. sådana med lägre priser (t.ex. Belgien eller Nederländerna), eller helt överge tanken på sådan import. Därigenom kunde avtalet leda till en märkbar försvagning av exporten från Tyskland till en annan medlemsstat, antingen genom begränsningar eller genom en omläggning av de handelsflöden som kunde förväntas vid normal konkurrens.
- (87) Volkswagen AG bestrider att begränsningen av den mellanstatliga handeln är märkbar. ⁽⁷⁹⁾ Företaget hänvisar med stöd i EG-domstolens dom ⁽⁸⁰⁾ särskilt till att en avskärmning av marknaden som genomförts av kommissionen vid vertikala avtal endast föreligger om leveranser över gränserna förhindrats, utländska konkurrenter hindrats från tillträde till marknaden eller om konkurrensförbud avtalats. I detta fall, som endast gäller försök till prispåverkan genom begränsning till en medlemsstats territorium, kan man inte konstatera någon marknadsavskärmning. Volkswagen AG anser att kommissionens övriga argument för att åtgärderna skulle ha minskat exporten till andra medlemsstater och ökat de tyska konsumenternas incitament att köpa nya bilar i utlandet inte gäller. Volkswagen hänvisar till den blott begränsade omfattningen av den mellanstatliga handeln "på återförsäljarnivå" som särskilt beror på flaskhalsar i leveranserna – som i fråga om VW Passat – eller de höga tyska priserna. Med hänsyn till sina stamkunder skulle återförsäljarna dessutom endast ha haft ett ringa intresse av försäljning till utländska kunder.
- (88) Denna argumentation håller inte. En begränsning av den mellanstatliga handeln föreligger inte endast om en åtgärd leder till en marknadsavgränsning. Som anges ovan, räcker det att åtgärden syftar till att påverka det mellanstatliga varuflödet i positiv eller negativ riktning (se skäl 81). Att detta kriterium är uppfyllt har påvisats ovan.
- (89) Inte heller ändras någonting av Volkswagen AG:s argument att det uppstod flaskhalsar vid marknadsintroduktionen av VW Passat och att återförsäljare i första hand levererade sina fordon till stamkunder ⁽⁸¹⁾. Sådana effekter kan inte ha spelat den roll som Volkswagen i efterhand tillskrivit dem. För det första skulle Volkswagenhandlarna inte ha haft något skäl att redan vid marknadsintroduktionen bevilja rabatter – vilket tillverkaren ville motverka – om efterfrågan avsevärt hade överstigit tillgången. För det andra exporterade tyska Volkswagenhandlare redan från början VW Passat av den nya modellen i icke oväsentlig omfattning till Storbritannien (se skäl 25). För det tredje skulle flaskhalsar i Tyskland i samband med leveranser bara bidra till att fler tyska kunder skulle genomföra sina köp i en annan medlemsstat, vilket var en tendens som syftade till att stärka Volkswagen AG:s högprispolitik. För det fjärde bibehölls de fasta priserna nästan tre år, dvs. långt efter marknadsintroduktionsfasen.

⁽⁷⁸⁾ Skrivelse från Volkswagen AG till kommissionen av den 16 december 1998.

⁽⁷⁹⁾ Skälen 26 till 31 i svaret från Volkswagen AG av den 10 september 1999 på kommissionens invändningar.

⁽⁸⁰⁾ EG-domstolens dom av den 17 oktober 1972, mål 8/72, Vereniging van Cementhandelaren/kommissionen, Rec. s. 977 f., punkt 28/30; EG-domstolens dom av den 24 oktober 1995, C-70/93, BMW, REG. 1995, s. 1-3439, s. 1-3469; EG-domstolens dom av den 11 juli 1985 mål 42/84 Remia, Rec. 1985, s. 2545, 2572, punkt 22; EG-domstolens dom av den 16 juni 1981, mål 126/80, Salonia/Poidomani e Giglio, Rec. 1981, s. 1563.

⁽⁸¹⁾ Svar från Volkswagen AG av den 10 september 1999 på invändningarna, skäl 30.

- (90) Invändningen från Volkswagen AG, att Tyskland som högprisland inte är någon attraktiv marknad för återexport, ändrar naturligtvis inte åtgärdernas syfte att stärka importflödena till Tyskland. För övrigt gäller invändningen åtminstone inte Storbritannien. När det gäller kunder från denna medlemsstat, och även från Tyskland, kunde återförsäljarna genom rabatterna lämna konkurrenskraftiga erbjudanden och knyta kundernas efterfrågan till sig⁽⁸²⁾.
- (91) De fasta priserna syftade därför till att märkbart påverka handeln med VW Passat mellan medlemsstaterna, framför allt i fråga om importen, men också exporten. De skulle åtminstone avsevärt försvåra för Volkswagenhandlare att hävda sig i konkurrensen inom märket med andra Volkswagenhandlare i övriga medlemsstater. Genom de fasta priserna uppstod och stärktes ett konstgjort högprisområde för den berörda bilmodellen som omfattade Tyskland, vilket är oförenligt med målet att uppnå en enhetlig marknad.

4.4 Sammanfattning

- (92) Sammanfattningsvis kan det konstateras att Volkswagen AG:s åtgärder för att begränsa priskonkurrensen om den nya VW Passat uppfyller kriterierna i artikel 81.1.

5. ARTIKEL 81.3 I EG-FÖRDRAGET

5.1 Frågan om gruppundantag för Volkswagens säljorganisation enligt kommissionens förordning (EG) nr 1475/95

- (93) De kritiserade åtgärderna kan inte betraktas som undantag genom kommissionens förordning (EG) nr 1475/95 av den 28 juni 1995 om tillämpning av fördragets artikel 85.3 i EG-fördraget på vissa grupper försäljnings- och serviceavtal för motorfordon.

5.2 Frågan om enskilda undantag

- (94) Något enskilt undantag från de kritiserade åtgärderna har inte beviljats och kan inte heller komma i fråga.
- (95) De fasta priserna bidrar inte till att förbättra produktionen eller (i detta fall) distributionen av varor. Enligt uppgifter från Volkswagen AG är de visserligen avsedda att förbättra Volkswagenhandlarnas lönsamhet och hjälpa dem att uppnå eller bibehålla den rabattstandard som Volkswagen AG angivit. Enligt denna beskrivning skulle de kunna bidra till att så många återförsäljare som möjligt klarar sig ekonomiskt. Det finns emellertid ingenting som säger att bibehållandet av enskilda företag, som under normala konkurrensvillkor inte vore livskraftiga, märkbart skulle förbättra varudistributionen, eller att dessa förmodade förbättringar skulle kunna kompensera nackdelarna av konkurrensbegränsningen. För övrigt finns inte heller någon garanti för att det större överskott som Volkswagenhandlarna uppnår genom försäljningen av nya VW Passat används till stöd för att bibehålla återförsäljareföretag.
- (96) Konsumenterna får heller inte del av den vinst som uppstår. Tvärtom måste de betala ett högre inköpspris för bilarna och får inte heller någon märkbar fördel därav.

⁽⁸²⁾ Se avsnitt 1.1 i kommissionens tillkännagivande om sin förordning (EEG) nr 123/85 av den 12 december 1984 om tillämpning av fördragets artikel 85.3 på vissa grupper av försäljnings- och serviceavtal för motorfordon, EGT C 17, 18.1.1985, s. 4.

6. ÖVERTRÄDELSENS VARAKTIGHET

- (97) En överträdelse av artikel 81.1 kan åtminstone konstateras från och med den 26 september 1996, den dag då den första rundskrivelsen gick ut (se skäl 33). Överträdelsen bekräftades och upprepades genom de båda efterföljande rundskrivelserna (se skäl 34 f.).
- (98) Genom en skrivelse av den 22 juli 1999 meddelade Volkswagen AG kommissionen sin avsikt att vidta alla de åtgärder som nämns i invändningarna för att upphöra med överträdelsen. Företaget bifogade sitt skriftliga svar av den 10 september 1999 en kopia av en rundskrivelse av den 6 september 1999 till alla Volkswagenhandlare och -verkstäder. I denna rundskrivelse hänvisades det till de kritiserade rundskrivelserna av den 26 september 1996, 17 april 1997 och 26 juni 1997 och återförsäljarna meddelades att de begränsningar av priskonkurrensen som framgår av dessa rundskrivelser upphävs genom skrivelsen och att återförsäljarna inte behövde frukta några rättsliga eller andra åtgärder från Volkswagen AG. Volkswagen och Audis återförsäljarförening underrättades genom en skrivelse av samma datum om innehållet i denna rundskrivelse och fick också veta att man därutöver, som det heter där, skulle få muntlig information om skrivelsen.
- (99) Återförsäljarna Tiemeyer, Binder och Hirschauer hänvisades dessutom genom enskilda skrivelser av den 6 september 1999 att de skriftliga uppmaningarna (se skälen 30, 49 och 52 samt 54) var ogiltiga. Återförsäljare Rütz, som erhållit sin uppmaning genom en skrivelse av den 2 oktober 1996 (se skäl 44), uteslöts enligt uppgift från Volkswagen AG i slutet av 1997 ur Volkswagens säljorganisation.
- (100) Av detta framgår att överträdelserna pågick mellan den 26 september 1996 och 6 september 1999, dvs. över tre år.

7. BESLUTET RIKTAR SIG TILL FÖLJANDE FÖRETAG

- (101) Volkswagen AG har begått den berörda överträdelsen mot artikel 81.1 i EG-fördraget i och med att företaget har ingått avtal med återförsäljarna i sin tyska säljorganisation om en konsekvent prisdisciplin och därigenom fasta priser för modellen VW Passat. Därför riktar sig detta beslut till Volkswagen AG.

8. ARTIKEL 15.2 I FÖRORDNING nr 17

- (102) Enligt artikel 15.2 i förordning nr 17 får kommissionen, inom de ramar som fastställs i denna artikel, fatta beslut om att ålägga företag med böter om dessa uppsåtligen eller av oaktsamhet begått överträdelser mot artikel 81.1.

8.1 Fastställande av böter

- (103) I detta fall anser kommissionen att Volkswagen AG måste åläggas böter. Kommissionen anser att Volkswagen AG har handlat uppsåtligen. Företaget var medvetet om att dessa åtgärder syftade till en begränsning av konkurrensen⁽⁸³⁾.

⁽⁸³⁾ Se EG-domstolens dom av den 11 juli 1999, mål 249/86, Belasco m.fl./kommissionen, Rec. 1989, 2117, punkt 41.

- (104) Medlemmarna i säljorganisationen (dvs. de tyska Volkswagenhandlarna) var som mottagande av de allmänna och individuella uppmaningarna lika delaktiga i de konkurrensbegränsande avtalen. Det förefaller emellertid inte lämpligt att också tilldöma dessa företag böter. Initiativet till överträdelsen utgick från Volkswagen AG som också utövade avsevärd press på handlarna, om så behövdes. Efter det att företaget fått vetskap om det första fallet av omfattande rabatter, skrev man omgående till den berörde handlaren för att under hot om hävande av återförsäljaravtalet tvinga honom till prisdisciplin. En rundskrivelse till alla återförsäljare följde två dagar senare. Redan i denna rundskrivelse underrättades alla handlare om att Volkswagen AG vid avsteg från prisdisciplinen skulle vidta avtalsrättsliga åtgärder ("Sådana åtgärder i form av uppmaningar har jag redan inlett - efter överläggningar med kommittén för kontakter med återförsäljarna", se skäl 33)⁽⁸⁴⁾. Om enskilda återförsäljare uppenbart gjorde avsteg från prisdisciplinen, avråddes de genom individuella skrivelser där de hotades med avtalsrättsliga åtgärder. Detta visar att utan detta initiativ, och eventuellt också utan pressen från Volkswagen AG mot den ekonomiskt svagare återförsäljaren, skulle de berörda överträdelserna aldrig ha begåtts. Slutsatsen påverkas inte av att återförsäljarnas företrädare (Volkswagens och Audis återförsäljarförening och VW:s kommitté för kontakter med återförsäljarna) i allmänhet välkomnade Volkswagen AG:s initiativ till bättre prisdisciplin.

8.2 Bötesbeloppets storlek

- (105) Vid fastställandet av bötesbeloppets storlek enligt artikel 15.2 i förordning nr 17 måste kommissionen beakta alla relevanta omständigheter och särskilt till hur allvarlig överträdelsen är och hur länge den pågått.

8.2.1 Överträdelsens allvar

- (106) Beträffande överträdelsens allvar tar kommissionen hänsyn till överträdelsens art, dess faktiska effekter på marknaden, så långt dessa nu kan mätas, och den relevanta marknadens storlek.
- (107) Volkswagen AG:s åtgärder syftade till att utesluta eller åtminstone begränsa priskonkurrensen som är en av de viktigaste konkurrensfaktorerna (se skälen 32 till 35 samt 71 och 76 till 80). Sådana åtgärder utgör därför ett särskilt allvarligt ingrepp i konkurrensen.
- (108) När det gäller en produkt som kan beställas med samma utrustning hos alla Volkswagenhandlare inom Europeiska unionen är rabatter vid sidan av service en bilhandlares viktigaste konkurrensmedel för att hävda sig mot handlare i det egna landet och utomlands, både vid konkurrens inom och utom märket. Detta bekräftas också av Volkswagen AG⁽⁸⁵⁾. Företaget anger självt att syftet var att förbättra återförsäljarnas vinstsituation, eftersom dessa hade varit utsatta för mycket hård konkurrens (se skälen 33, 35, 37 f och skäl 95)⁽⁸⁶⁾.
- (109) Dessa uppgifter bekräftas av en nyligen genomförd undersökning⁽⁸⁷⁾. Av de bilförsäljare som tillfrågats i Tyskland angav 68 % att de besökt flera handlare för att jämföra priser och rabatter. Av de tillfrågade svarade 19 % att de besökt flera handlare för att kontrollera hur lätt man kan få tag i den önskade bilmodellen, 9 % ville kontrollera inbytesvillkoren för begagnade bilar, 6 % ville kontrollera mottagandet och 3 % om det gick att få tag i en nybil och hur lång leveranstiden var. Dessutom anser 77 % av alla tyska kunder det vara normalt att diskutera priset vid köp av en ny bil.

⁽⁸⁴⁾ Det konkret uttalade hotet mot handlare Binder att eventuellt häva avtalet kvarstod naturligtvis.

⁽⁸⁵⁾ Svar från Volkswagen AG av den 10 september 1999 på kommissionens invändningar (skäl 32 f.) och skäl 22.

⁽⁸⁶⁾ Denna framställning döljer förvisso att det för Volkswagen AG:s del främst handlade om att skydda egna intressen (se skäl 124).

⁽⁸⁷⁾ Studie utförd av Taylor Nelson Sofres Consulting på uppdrag av Renault och PSA: Perception de la distribution automobile en Europe, Rapport Europe, Phase Quantitative, Avsnitt: 2. concurrence et prix dans le secteur automobile: b. Les pratiques de mise en concurrence, december 2000.

- (110) Det skall också beaktas att man under normala konkurrens förhållanden hade fått räkna med avsevärda rabatter, åtminstone från vissa handlare (se skäl 77), vilket också skulle ha haft effekt på hur priset sätts av andra återförsäljare som annars kanske snarare hade varit återhållsamma med rabatter.
- (111) I detta sammanhang skall det också erinras om att rabatter på personbilar har stor betydelse för den genomsnittlige konsumenten, eftersom också förhållandevis små procentsatser medför stora besparingar.
- (112) Överträdelsen gällde en modell (i dess två utföranden) som ingår i Volkswagen AG:s produktutbud och denna modell tillhör ett segment som är mycket efterfrågat i Tyskland. VW Passat har inom detta segment i Tyskland en betydande marknadsställning (se skäl 16 f.).
- (113) Med avseende på överträdelsens geografiska omfattning skall det påpekas att rundskrivelseerna var riktade till samtliga tyska Volkswagenhandlare och -verkstäder och gällde således den totala försäljningen av de båda Passatmodellerna i Tyskland. Här rör det sig visserligen endast om en medlemsstat, där emellertid en betydande andel av personbilsomsättningen inom Europeiska unionen sker. Att det för Volkswagen AG:s del gällde att nå en så heltäckande tillämpning som möjligt i Tyskland, framgår av företagets yttranden i kommittén för kontakter med återförsäljarna (se skäl 42). Överträdelsen kunde också ha effekter för konsumenter i Storbritannien, om än i mycket mindre omfattning än för tyska konsumenter. Den syftade till att undandra dessa konsumenter – såvida de var intresserade av parallellimport från Tyskland – de rabattfördelar som man hade kunnat vänta sig under normala konkurrensförutsättningar.
- (114) Med hänsyn till alla dessa synpunkter betraktar kommissionen överträdelsen som allvarlig.
- (115) Vid bedömningen av böternas avskräckande verkan i detta sammanhang skall hänsyn tas till att Volkswagengruppen, som leds av Volkswagen AG, är den största tillverkaren av motorfordon i Europa. Företaget har med VW det mest sålda varumärket inte bara i Tyskland utan i hela EU. Även om de åtgärder som behandlas i detta beslut endast gällde två av företagets alla modeller, så finns det uppgifter som visar att tillverkaren åtminstone hade beredskap att vidta liknande åtgärder också för andra fordonsmodeller, om det ansågs lämpligt (se skälen 35 och 43).
- (116) Mot bakgrund av Överträdelsens allvar är, enligt kommissionens uppfattning, 20 miljoner euro ett lämpligt utgångsbelopp vid beräkningen av bötesbeloppen.

8.2.2 Överträdelsens varaktighet

- (117) En annan faktor som avgör bötesbeloppets omfattning är enligt artikel 15.2 i förordning nr 17 överträdelsens varaktighet. Som beskrivits ovan under punkterna 97 till 100 pågick överträdelsen mellan den 26 september 1996 och den 6 september 1999, dvs. nästan tre år.
- (118) Det rörde sig alltså om en överträdelse av medellång varaktighet.
- (119) Kommissionen anser därför att en höjning av det nämnda beloppet med 29 % (5,8 miljoner euro) av grundbeloppet på 25,8 miljoner euro är motiverat.

8.2.3 Försvårande respektive förmildrande omständigheter

- (120) Vidare skall förmildrande respektive försvårande omständigheter beaktas vid beräkningen av bötesbeloppen.

- (121) Det måste ses som en försvårande omständighet att två av de tre rundskrivelserna (se skälen 33 och 35) och en del av de individuella uppmaningarna till återförsäljarna (se skälen 30, 44, 48 och 52) inte blott syftade till att inskränka återförsäljarnas frihet att sätta priser, utan att man också genom varningar hotade med rättsliga åtgärder, "energiska" reaktioner och t.o.m. hävande av avtal om återförsäljarnas prisdisciplin inte förbättrades. Det skall vidare beaktas att chefen för säljorganisationen i Tyskland redan i den första rundskrivelsen av den 26 september 1999 till Volkswagenhandlarna och -verkstäderna "personligen" uppmanade dem att "tillsända" honom "alla annonser från Volkswagenhandlare som inte respekterar prisdisciplinen" (se skäl 33). Volkswagen AG nöjde sig alltså inte med att självt genomföra och övervaka "prisdisciplinen" hos sina parter. Företaget anlät dessutom alla tyska fördragsparter i någon mån som "angivare" och krävde att de skulle ange kolleger och konkurrenter som "inte respekterar prisdisciplinen". Varje tysk medlem av Volkswagens säljorganisation fick därför räkna med att hans annonser skulle komma att bevakas av hans närmaste konkurrenter. Detta krav ökade trycket på de tyska medlemmarna av Volkswagens säljorganisation att uppvisa den önskade prisdisciplinen.
- (122) Kommissionen anser därför att en höjning av det grundläggande beloppet med 20 % är lämplig.
- (123) Volkswagen AG:s argument, att åtgärderna endast syftade till att förbättra återförsäljarnas vinst⁽⁸⁸⁾, kan emellertid inte betraktas som en förmildrande omständighet. För det första gällde det för Volkswagen AG att främst tillvarata andra, dvs. sina egna, intressen, vilket också framgår av rundskrivelserna (se hänvisningen till §2.6 respektive 2.1 i återförsäljaravtalet och att återförsäljarnas agerande påstås "skada märket"). För det andra är det återförsäljarnas sak att avgöra vilken prispolitik som bäst passar deras ekonomiska intressen. Enligt artikel 81 i fördraget är sådan avtal förbjudna, just p.g.a. att de inskränker återförsäljarnas handlingsfrihet.
- (124) I det här fallet anser kommissionen inte att det föreligger några förmildrande omständigheter.

8.3 Slutsats

- (125) Med hänsyn till alla dessa omständigheter skall bötesbeloppet fastställas till 30,96 miljoner euro.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Volkswagen AG har begått en överträdelse mot artikel 81. 1 i EG-fördraget, eftersom företaget har fastställt försäljningspriserna för modellen VW Passat genom att uppmana sina tyska avtalshandlare att vid köp av denna modell endast bevilja begränsade rabatter eller inga rabatter alls.

Artikel 2

På grund av den överträdelse som anges i artikel 1 ådöms Volkswagen AG ett bötesbelopp på 30,96 miljoner euro.

⁽⁸⁸⁾ Svar från Volkswagen AG av den 10 september 1999 på invändningarna, skäl 33 f.

Artikel 3

Det bötesbelopp som fastställs i artikel 2 skall inom tre månader från dagen för offentliggörandet av detta beslut betalas in i euro på Europeiska kommissionens bankkonto nedan:

642-0029000-95 (IBAN-kod: BE76 6420 0290 0095, SWIFT-kod: BBVABEBB)
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)
Avenue des Arts/Kunstlaan, 43
B-1040 Bryssel

Efter det att denna tidsfrist löpt ut tas dröjsmålsränta ut från och med första arbetsdagen i den månad då beslutet fattas till den räntesats som Europeiska centralbanken tillämpar vid refinansieringstransaktioner som genomförs i euro, vilken för närvarande uppgår till 4,55 % plus ytterligare 3,5 procentenheter, det vill säga totalt 8,05 %.

Artikel 4

Detta beslut riktar sig till Volkswagen AG, D-38436 Wolfsburg.

Detta beslut är verkställbart enligt artikel 256 EG-fördraget.

Utfärdat i Bryssel den 29 juni 2001.

På kommissionens vägnar

Mario MONTI

Ledamot av kommissionen
