

Michael Schüepf

Der Automobilvertrieb
im europäischen
und im schweizerischen
Kartellrecht

Schulthess § 2011

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	XIII
Literaturverzeichnis	XV
Materialienverzeichnis	XXV
Einleitung	1
1. Kapitel: Bedeutung und Erscheinungsformen des Vertriebs	3
I. Funktion des Vertriebs	3
II. Grundbegriffe und Grundsatzentscheidungen	4
1. Vertrieb und Vertriebssystem	4
2. Vertriebsweg	5
3. Vertriebsform	6
III. Vertriebsverträge in Europa (am Beispiel Deutschlands und der Schweiz)	8
1. Definition des Vertriebsvertrags	8
2. Vertriebsvertragstypen	9
A. Ausmass der vertikalen Integration als Qualifizierungsmerkmal	9
B. Absatzhelferverträge	12
a) Agenturvertrag und Handelsvertretervertrag	12
b) Kommissionsagenturvertrag	14
C. Absatzmittlerverträge	15
a) Gemeinsamkeiten	15
b) Franchisevertrag	16
c) Vertragshändlervertrag	17
d) Fachhändlervertrag	19
3. Selektion der Absatzmittler	19

2. Kapitel: Einführung in den Automobilvertrieb	23
I. Bedeutung des Automobilvertriebs	23
II. Marktstruktur	26
III. Märkte	27
IV. Vertriebswege	28
V. Absatzorgane	29
VI. Vertriebsverträge	32
3. Kapitel: Kartellrechtliche Rahmenordnung des Vertriebs	37
I. Grundlegendes zur Gesetzgebung über Wettbewerbsbeschränkungen	38
II. Persönlicher Geltungsbereich (Adressaten)	38
1. Adressaten des Kartellrechts der Europäischen Union	38
2. Adressaten des schweizerischen Kartellrechts	42
III. Behandlung vertikaler Abreden im EU-Kartellrecht	45
1. Wettbewerbsabrede	45
A. Begriff der Abrede	45
B. Wettbewerbsbeschränkung	48
a) Wettbewerbsbegriff und Schutzzweck von Art. 101 AEUV	48
b) Beschränkung des Wettbewerbs	51
aa) Allgemeines	51
bb) Bezweckte Wettbewerbsbeschränkung	53
cc) Bewirkte Wettbewerbsbeschränkung	55
dd) Abschliessende Bemerkungen	58
c) Besondere Fallgruppen	59
aa) Selektivvertrieb	59
bb) Alleinvertrieb	62
2. Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels	64
3. Spürbarkeit	65
4. Legalausnahmen nach Art. 101 Abs. 3 AEUV	67
IV. Behandlung vertikaler Abreden im Schweizer Kartellrecht	69
1. Allgemeines	69
2. Schutzobjekt	70
3. Begriff der Wettbewerbsabrede	71
4. Erheblichkeit der Wettbewerbsbeeinträchtigung	71

5. Rechtfertigung aus Effizienzgründen	74
6. Vermutungstatbestände in Art. 5 Abs. 4 KG	75
7. Selektivvertrieb	79
4. Kapitel: Entstehungsgeschichte der kartellrechtlichen Sondervorschriften des Kfz-Vertriebs	81
I. Entstehung im EG-Recht	81
1. GVO 123/85	83
2. GVO 1475/95	85
II. Entstehung in der Schweiz	88
5. Kapitel: Die Neuregelung des Kfz-Vertriebs im Jahre 2002	91
I. Ausgangslage	91
1. Entscheidungspraxis in den Jahren 1995 bis 2002	91
A. Entscheidungspraxis zur GVO 1475/95	91
B. Entscheidungspraxis zu den „Rahmenbedingungen“ für den Kfz-Vertrieb	93
2. Kommissionsbericht über die Funktionsweise der GVO 1475/95	94
II. GVO Nr. 1400/2002	96
1. Regelungstechnik	96
2. Ziele	98
3. Grundprinzipien	99
A. Keine Kombination von Selektiv- und Alleinvertrieb	99
B. Trennung von Neuwagenverkauf und Kundendienstleistungen	100
C. Erleichterung des Mehrmarkenvertriebs	100
D. Stimulierung des Wettbewerbs mit unabhängigen Werkstätten	101
E. „Händlerschutzbestimmungen“	101
4. Die Regelung der GVO 1400/2002 im Einzelnen	102
A. Geltungsbereich	102
a) Gegenstand der Abrede	102
b) Dual-Distribution	103
c) Handelsvertreterverträge	103

B.	Allgemeine Voraussetzungen der Freistellung	105
	a) Marktanteilsschwellen	106
	aa) Sachlich relevante Märkte	107
	bb) „Systemmärkte“?	109
	cc) Markengebundener Markt für Kundendienstleistungen?	109
	dd) Räumlich relevante Märkte	110
	ee) Auswirkungen der Marktdefinition und der Marktanteilsschwellen	110
	b) „Positivliste“	112
	aa) Betriebsveräußerung innerhalb des Vertriebsnetzes	113
	bb) Begründungspflicht für Kündigungen	114
	cc) Mindestlaufzeit und Kündigungsfrist	114
	dd) Aussergerichtliches Schlichtungsverfahren	115
C.	Kernbeschränkungen	115
	a) Preisabreden	117
	b) Wiederverkaufsbeschränkungen	117
	c) Beschränkung von Querlieferungen	120
	d) Beschränkung des aktiven und passiven Verkaufs im Selektivvertrieb	121
	e) Konsequenzen für die Möglichkeit zur Kombination des Selektiv- und Alleinvertriebs	124
	aa) In verschiedenen Gebieten	124
	bb) In demselben Gebiet	124
	f) Angebotsbeschränkungen („Verfügbarkeitsklausel“)	126
	g) Keine Pflicht zur Verknüpfung von Vertrieb und Kundendienst	127
	h) Zugang zu technischen Informationen und Hilfsmitteln	127
D.	Besondere Voraussetzungen	128
	a) Wettbewerbsverbote	128
	b) Verbot von Leasingdienstleistungen	130
	c) Verbot von Standortklauseln	130
E.	Sonstige Regelungen	131
	a) Entzug des Vorteils der Verordnung	131
	b) Laufzeit der Verordnung	132

III.	Kfz-Bekanntmachung	132
1.	Regelungstechnik	133
2.	Ziele	136
3.	Grundprinzipien	136
A.	Keine Kombination von Allein- und Selektivvertrieb	137
B.	Regelung des Selektivvertriebs	139
C.	Vertragszwang im Anschlussmarkt	141
D.	Mehrmarkenvertrieb	143
E.	Weitere Grundprinzipien	145
4.	Abschliessende Bemerkungen	146
 6. Kapitel: Die Neuregelung des europäischen Kfz-Vertriebs im Jahre 2010		 147
I.	Bewertungsbericht GVO 1400/2002	147
II.	Entscheid der EU-Kommission	149
III.	Eckpunkte der Neuregelung	152
1.	Ausgestaltungsmöglichkeiten im Neuwagenvertrieb	154
A.	Erwägungen der Kommission	154
B.	Marktanteilsschwellen und Marktabgrenzung	155
C.	Kombination von Selektiv- und Alleinvertrieb	158
D.	Regelung des Selektivvertriebs	160
a)	Selektion der Händler	160
b)	Kernbeschränkungen im Selektivvertrieb von Neuwagen	162
c)	Standortklausel	164
2.	Anschlussmarkt	164
A.	Ausgestaltungsmöglichkeiten	164
B.	Zugang zu technischen Informationen	166
C.	Missbrauch von Garantieleistungen	169
3.	Verknüpfung von Neuwagenverkauf und Kundendienst	171
4.	Mehrmarkenvertrieb bzw. Wettbewerbsverbot	173
A.	Erwägungen der Kommission	173
B.	Neue Regelung des Mehrmarkenvertriebs	174

5. Unabhängigkeit der Händler und Werkstätten (insb. Kündigungsvorschriften)	180
A. Erwägungen der Kommission	181
B. Konsequenzen des Wegfalls der Kündigungsvorschriften	182
IV. Fazit	186
7. Kapitel: Geltende und zukünftige kartellrechtliche Rahmenbedingungen des Schweizer Kfz-Vertriebs	189
I. Geltende Rechtslage	189
1. Studien zur Kfz-Bekanntmachung	189
A. Evaluationsbericht zur Kartellgesetzrevision 2003	189
B. Weitere Studien	191
2. Revision der Vertikal-Bekanntmachung	192
3. Entscheid der WEKO über die künftige Regelung des Kfz-Vertriebs	192
A. Verlängerung der Kfz-Bekanntmachung „bis auf Weiteres“	193
B. Überarbeitung der Erläuterungen zur Kfz-Bekanntmachung	193
4. Exkurs: Fallpraxis der WEKO (insb. BMW-Untersuchung)	195
II. Vorschriften für den Kfz-Vertrieb „de lege ferenda“	196
1. Anwendung der Vertikal-Bekanntmachung im Kfz-Vertrieb	196
A. Berücksichtigung der quantitativen Erheblichkeit und Rechtfertigungsmöglichkeit	197
B. Einschränkung des Mehrmarkenvertriebs	200
C. Wegfall der Kündigungsvorschriften	201
D. Fehlender Zugang zu technischen Informationen	203
2. Revision des Kartellgesetzes	205
III. Fazit	206
Schlussbemerkungen	209