

Häufig gestellte Fragen

Während des in Artikel 10 der Verordnung 1400/2002 vorgesehenen Übergangszeitraums¹ gingen bei der Kommission zahlreiche Fragen zur Anwendung dieser Verordnung ein. Im Folgenden sollen Fragen beantwortet werden, die immer wieder gestellt wurden oder die von allgemeinem Interesse sind. Diese Fragen und Antworten sollen den Leitfaden zur Verordnung² ergänzen, nicht aber ersetzen.

Fragen zum Vertrieb neuer Kraftfahrzeuge

VERBRAUCHER, DIE IHR FAHRZEUG IM AUSLAND KAUFEN

- 1. Muss ein Verbraucher, der sein Fahrzeug in einem anderen Mitgliedstaat gekauft hat, warten, bevor unter die Garantie fallende Reparaturarbeiten in seinem Heimatland oder anderswo in der EU durchgeführt werden?**

Nein. Nach der Verordnung muss ein Hersteller Garantieansprüche, die in einem Mitgliedstaat erworben wurden, unter den gleichen Voraussetzungen in allen anderen Mitgliedstaaten erfüllen. Hersteller können dieses Erfordernis auf unterschiedliche Art und Weise praktisch umsetzen. Beispielsweise können sie eine einzige europaweite Datenbank für Garantiarbeiten oder getrennte Datenbanken für jeden Mitgliedstaat einrichten. Im Fall von getrennten nationalen Datenbanken ist es nicht zulässig, dass ein Verbraucher mit einem Garantieheft, das von einem Händler in einem anderen Mitgliedstaat ausgefüllt wurde, auf die Erfüllung der Garantie in seinem Heimatland warten muss. Außerdem darf der Händler oder die zugelassene Werkstatt, zu welcher der Verbraucher sein Fahrzeug bringt, keinerlei Gebühr oder zusätzliche Unterlagen vor der Eintragung der Garantie in die nationale Garantiedatenbank verlangen.

Siehe auch die Antwort zu Frage 34 im Leitfaden.

- 2. Wann beginnt und endet die Garantie, wenn ein Verbraucher sein Auto über einen Vermittler gekauft hat?**

In selektiven oder ausschließlichen Vertriebssystemen, wie sie normalerweise im Kraftfahrzeugsektor verwendet werden, beginnt der Garantiezeitraum im Allgemeinen an jenem Tag zu laufen, an dem das Fahrzeug das zugelassene Händlernetz verlässt. Schaltet ein Verbraucher einen Vermittler für den Autokauf ein, so läuft die Garantie normalerweise ab dem Zeitpunkt, an dem der zugelassene Händler das Fahrzeug an den Vermittler ausliefert. Dies kann dazu führen, dass am Tag der Entgegennahme des

¹ Der Übergangszeitraum ging am 30. September 2003 zu Ende.

² Der Leitfaden wurde von der Generaldirektion Wettbewerb veröffentlicht und ist auf dem Internet unter http://europeu.int/comm/competition/car_sector/distribution/ verfügbar.

Fahrzeugs durch den Verbraucher ein kurzer Zeitraum der Garantie schon verstrichen ist³.

Die Verordnung schreibt allerdings nicht vor, wann die Garantie eines Herstellers abzulaufen hat. Lieferanten haben die Möglichkeit, eine verbraucherfreundlichere Politik zu verfolgen gemäß der z.B. eine zweijährige Garantie für ein importiertes Fahrzeug erst zwei volle Jahre nach der Eintragung des Fahrzeugs in die Garantiedatenbank in dem Mitgliedstaat, in den das Fahrzeug eingeführt wurde, abläuft.

3. Kann der Lieferant⁴ von einem Händler verlangen, dass vor dem Verkauf eines Fahrzeugs an einen Verbraucher oder an jemanden, der angibt, ein Vermittler zu sein und im Namen eines Verbrauchers zu handeln, zusätzliche Unterlagen vorgelegt werden? Wenn ja, in welchen Fällen?

Wie im Leitfaden dargestellt⁵, gilt im Allgemeinen die folgende Regel: Ein Lieferant darf einem Händler lediglich auferlegen, dass dieser die Vorlage eines unterschriebenen Auftrages eines Verbrauchers verlangt. Wenn ein Lieferant darüber hinaus von seinem Händler verlangt, dass er auch im Normalfall von einem lokalen Kunden die Vorlage eines Reisepasses oder Personalausweises verlangen soll, wenn dieser ein Fahrzeug kauft, dann kann er dies auch bei Verbrauchern aus anderen Teilen der EU tun. Das Gleiche gilt auch für Vermittler. Diese können gebeten werden, ähnliche Unterlagen zum Beweis der Identität ihrer Kunden vorzulegen.

Der Lieferant kann vom Händler **in außergewöhnlichen Einzelfällen** auch weitere Maßnahmen verlangen. In solchen Fällen müssen erhebliche Anhaltspunkte den Verdacht begründen, dass der Verbraucher oder das Unternehmen, das als Vermittler auftritt, die Absicht hat, ein neues Fahrzeug zur Gewinnerzielung weiterzuverkaufen.

4. Kann der Lieferant von einem Händler verlangen, dass Vermittler schriftlich zusagen müssen, dass sie nicht beabsichtigen, ein neues Fahrzeug zur Gewinnerzielung weiterzuverkaufen?

Wenn der Lieferant einen **berechtigten Grund** für die Vermutung hat, dass ein bestimmter Vermittler gefälschte Aufträge von Endkunden verwendet hat, um neue Fahrzeuge für den Wiederverkauf zu erwerben, dann kann der Lieferant von dem Händler verlangen, dass der Vermittler eine Zusage zu unterschreiben hat, er werde das Fahrzeug nicht weiterverkaufen.

Wenn ein Vermittler die Identität seines Kunden z.B. durch eine Kopie des Reisepasses oder Personalausweises nachgewiesen hat, so ist dies offensichtlich ein ausreichender Beweis für die Gültigkeit des Auftrages sowie dafür, dass der Vermittler tatsächlich im

³ Vermittler können beschließen, die Garantie aus eigenen Mitteln „aufzubessern“, sodass der Verbraucher von der vollständigen Garantielaufzeit profitiert, die vom Hersteller angeboten wird.

⁴ Der Ausdruck „Lieferant“ umfasst sowohl den Kraftfahrzeughersteller, die Importeure der betreffenden Marke als auch Großhändler.

⁵ Siehe Abschnitt 5.2 des Leitfadens.

Namen eines Verbrauchers handelt. Sofern nicht eindeutige Beweise für eine Täuschung vorliegen, wäre es in derartigen Fällen eine unnötige Beschränkung⁶, würde der Lieferant den Händler auffordern, von dem Vermittler eine unterschriebene Zusage zu verlangen.

Eindeutig ist auch folgender Fall: Wird ein Unternehmen in einigen Fällen als unabhängiger Wiederverkäufer und in anderen Fällen als Vermittler tätig, so rechtfertigt dies keine Aufforderung an dieses Unternehmen, über den unterschriebenen Auftrag hinaus weitere Unterlagen vorzulegen; anders ist dies lediglich im Falle einer nachgewiesenen Täuschung.

Hat ein Händler regelmäßig mit einem bestimmten Unternehmen geschäftliche Kontakte und liegt kein Beweis dafür vor, dass dieses Unternehmen, das angibt Vermittler zu sein, Fahrzeuge weiterverkauft hat, so kann der Lieferant von dem Händler nicht verlangen, dass der Vermittler systematisch solche Zusagen zu unterschreiben hat⁷. Sollte der Lieferant dies dennoch verlangen, so wäre dies aller Voraussicht nach als indirekte Beschränkung der Verkäufe an Verbraucher und als ernsthafte Beschränkung des Wettbewerbs anzusehen.

Siehe auch die Antwort zu Frage 29 im Leitfaden, die sich mit der an einen **Verbraucher** gerichteten Aufforderung befasst, eine Zusage zu unterschreiben, dass das neue Fahrzeug nicht weiterverkauft wird.

MEHRMARKENVERTRIEB

5. Welche praktischen Anforderungen kann ein Lieferant einem Händler auferlegen, der Marken von konkurrierenden Herstellern verkaufen möchte?

Wenn das Vertriebsnetz eines Lieferanten gemäß der Verordnung freigestellt sein soll, muss es den Händlern auch praktisch ermöglicht werden, Marken konkurrierender Lieferanten zu verkaufen. Welche Anforderungen ein Lieferant im Einzelnen an einen Mehrmarkenbetrieb stellen kann, der eine oder mehrere seiner Marken verkauft, ist nicht Gegenstand der neuen Verordnung. Dies wäre schon allein angesichts der Vielfalt der in Frage kommenden Umstände wenig praktikabel. Ein weiterer entscheidender Nachteil eines solchen Ansatzes wäre, dass die unterschiedlichen Merkmale von Handelsbetrieben insbesondere im Hinblick auf Standort und Größe nicht berücksichtigt werden könnten.

Eine im Hinblick auf einen bestimmten Händler annehmbare und daher zulässige Anforderung, kann, wird dieselbe Anforderung an einen anderen Händler gestellt, zu einem nicht freigestellten Wettbewerbsverbot führen.

⁶ Siehe Artikel 4 Absatz 1 Buchstaben b) und c) der Verordnung 1400/2002 und insbesondere Erwägungsgrund 14.

⁷ In den Fällen, in denen ein Lieferant einen Händler auffordern kann, von einem Endverbraucher eine Zusage unterschreiben zu lassen, dass das Fahrzeug nicht weiterverkauft wird, solange es noch neu ist, kann eine entsprechende Erklärung auch von den Vermittlern verlangt werden.

Anders ausgedrückt, ein Lieferant kann zwar bestimmte Einrichtungen wie z.B. Parkplätze, Kundentoiletten, Sitzecken und Kaffeemaschinen verlangen, diese sollten jedoch nie einer speziellen Marke vorbehalten sein.

Gegebenenfalls müssen bestimmte Anforderungen abgeschwächt oder ganz aufgegeben werden, die einen Mehrmarkenvertrieb aus praktischen oder Kostengründen - und unter Berücksichtigung der Merkmale des betreffenden Handelsbetriebes - schwierig machen würden. So müsste etwa die Forderung, eine markenspezifische Empfangstheke zu haben, abgeschwächt werden, wenn es z.B. aus Raummangel oder anderen praktischen Umständen unzumutbar wäre, getrennte Theken für jede Marke zu installieren. Auch andere Anforderungen z.B. bezüglich des für eine Marke verfügbaren Ausstellungsraumes oder die Zahl der Fahrzeuge der Marke, die im Ausstellungsraum ausgestellt werden soll, müssen voraussichtlich eingeschränkt werden.

Lieferanten müssen darüber hinaus auch ihre Anforderungen bezüglich der sogenannten „Corporate Identity“ (Unternehmensidentität) anpassen, um sicherzustellen, dass sie keine Einschränkung für einen Händler darstellen, der auch die Marken konkurrierender Hersteller verkaufen möchte. Die Auswirkungen sind je nach den Gegebenheiten der einzelnen Handelsbetriebe mehr oder minder schwerwiegend. So wird es einem Handelsbetrieb mit begrenztem Ausstellungsraum kaum möglich sein, eine zusätzliche Marke zu vertreiben, wenn nicht ein Großteil der Anforderungen⁸ gelockert wird. Wenn ein Händler eine Marke zusätzlich aufnehmen möchte, kann ein Lieferant den Händler finanziell bei der Umsetzung der Corporate-Identity-Anforderungen des Lieferanten unterstützen; dies darf allerdings nicht den Verkauf der anderen Marke beeinträchtigen.

Händlerverträge müssen klare Vorgaben zum Mehrmarkenvertrieb enthalten, die besagen, dass Anforderungen angepasst oder aufgegeben werden, wenn ein Händler Marken von konkurrierenden Lieferanten vertreiben möchte und die Anforderungen den Mehrmarkenvertrieb durch diesen Händler behindern würden.

Den Vertragsparteien muss es möglich sein, jede Meinungsverschiedenheit darüber, ob eine vorgegebene Anforderung aufgegeben oder angepasst werden muss, einem unabhängigen Experten oder einem Schiedsrichter vorzulegen.

6. Kann ein Lieferant, der Kraftfahrzeuge zweier oder mehrerer Marken anbietet, von den Händlern verlangen, seine Marken in getrennten Ausstellungsräumen auszustellen?

Was den Mehrmarkenvertrieb betrifft, besteht das Ziel der Verordnung darin, den Wettbewerb zwischen Marken **verschiedener** Lieferanten zu erhöhen⁹. Im

⁸ Beispielsweise wird eine Anforderung markenspezifischer Kundeneingänge aufgegeben werden müssen. Anforderungen bezüglich des Ausmaßes und der Positionierung der Beschilderung an der Außenseite des Ausstellungsraumes oder im Hinblick auf markenspezifische Teile des Ausstellungsraumes müssen auch abgeschwächt werden.

⁹ Um durch die Verordnung erfasst zu werden, darf eine Verpflichtung, die Marken eines speziellen Herstellers zu verkaufen, nicht 30% aller Fahrzeuge überschreiten, die vom Händler gekauft und verkauft werden (siehe Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe b) und Artikel 5 Absatz 1

Allgemeinen sollte ein Hersteller natürlich bestimmen können, wie seine eigenen Marken zueinander stehen. Die Verordnung erlaubt ihm deshalb zu verlangen, dass seine Marken nicht zusammen in demselben Ausstellungsraum gezeigt werden. Wenn der Autohersteller A die Marken A1 und A2 produziert, kann er vorschreiben, dass diese in getrennten Ausstellungenräumen verkauft werden. Er kann jedoch nicht vorschreiben, dass A1 oder A2 nicht im selben Ausstellungsraum verkauft werden wie Marken anderer Lieferanten.

Zu den Verpflichtungen, die einem Mehrmarkenhändler in der Praxis auferlegt werden können, siehe Frage 5.

7. Kann ein Händler in einem selektiven Vertriebssystem dazu verpflichtet werden, 30% seiner Kraftfahrzeuge vom Hersteller oder vom nationalen Importeur direkt zu kaufen?

Ein Händler in einem selektiven Vertriebssystem kann von einem Hersteller zwar dazu verpflichtet werden sicherzustellen, dass 30%¹⁰ der von ihm insgesamt bezogenen Kraftfahrzeuge Fahrzeuge der Marke(n) dieses Herstellers sind; es muss dem Händler jedoch freistehen, diese Fahrzeuge (im Wege von Querlieferungen) von anderen Händlern oder nationalen Importeuren zu beziehen. Eine Verpflichtung des Händlers, 30% der von ihm insgesamt bezogenen Kraftfahrzeuge direkt vom Hersteller oder nationalen Importeur zu kaufen, würde deshalb nicht von der Verordnung abgedeckt¹¹.

Wenn der Lieferant A dem Händler X die Verpflichtung auferlegt, dass 30% der von X gekauften Fahrzeuge von seinen Marken sein müssen, dann muss X diese Fahrzeuge von anderen Händlern, Großhändlern oder Importeuren dieser Marken kaufen können. Er hat ferner die Möglichkeit, bis zu 70% der gesamten Fahrzeuge, die er einkauft, von Lieferanten anderer Marken zu beziehen. Wenn alle Lieferanten die gleiche 30%-Kaufverpflichtung auferlegten, könnte X Marken von höchstens drei Lieferanten vertreiben. X könnte beispielsweise Fahrzeuge der Marken A1 und A2¹² vom Lieferanten A, der Marke B1 vom Lieferanten B und der Marke C1 vom Lieferanten C verkaufen. Es ist auch möglich, dass kleine Lieferanten oder neu auf den Markt

Buchstabe a) der Verordnung 1400/2002). Diese Bestimmungen gelten auch für Alleinvertriebsvereinbarungen.

¹⁰ Gemäß Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe b) der Verordnung 1400/2002 muss dieser Prozentsatz auf den gesamten Einkäufen des Käufers von Vertragswaren, ihnen entsprechenden Waren und ihren Substituten auf dem relevanten Markt basieren. Wenn ein Händler z.B. sowohl leichte Nutzfahrzeuge als auch schwere Lastkraftwagen verkauft, muss die 30%-Schwelle getrennt für jede dieser Kategorien von Fahrzeugen berechnet werden, da sie verschiedenen Produktmärkten angehören.

¹¹ Eine Verpflichtung zum Bezug von 30% der Fahrzeuge direkt vom Hersteller oder Importeur hätte eine Beschränkung von Querlieferungen zur Folge; dies wäre eine Kernbeschränkung des Wettbewerbs gemäß Artikel 4 Absatz 1 Buchstabe c) der Verordnung 1400/2002.

¹² Die Kaufverpflichtung von 30% gilt für die Produkte jedes Lieferanten. Wenn ein Händler die Marken A1 und A2 des Lieferanten A verkauft, gilt die Verkaufsverpflichtung also für die Gesamtkäufe von Fahrzeugen beider Marken zusammen.

tretende Unternehmen die 30%-Verpflichtung nicht auferlegen, und dass demzufolge X Marken von mehr als drei Lieferanten vertreiben könnte.

Siehe auch Abschnitt 4.5.1 des Leitfadens.

VERKAUFSZIEL/BONUS

- 8. Wenn ein Lieferant einem Händler für den Verkauf von direkt von ihm bezogenen Fahrzeugen einen Bonus zahlt, muss er dann auch Bonusse für den Verkauf von Fahrzeugen derselben Marke bezahlen, die von anderen Mitgliedern des zugelassenen Netzes bezogen wurden (d.h. quergelieferte Fahrzeuge)?**

Lieferanten müssen sicherstellen, dass ihr Bonussystem, insbesondere soweit Bonusse nicht gezahlt werden, nicht eine indirekte Beschränkung der Querlieferungen von Fahrzeugen zwischen zugelassenen Händlern zur Folge hat. Bonusse, die einem Händler für Verkäufe an Endverbraucher bezahlt werden, sollten deshalb auch in Bezug auf Verkäufe an andere Händler gewährt werden, die berechtigt sind, Fahrzeuge der betreffenden Marke zu verkaufen¹³. Wenn jedoch Händler X einen Bonus für einen Verkauf an Händler Y erhalten hat, liegt keine Beschränkung von Querlieferungen vor, wenn der Händler Y keinen (zweiten) Bonus für den Weiterverkauf desselben Fahrzeugs an einen Endverbraucher erhält.

- 9. Kann ein Lieferant den Vertrag eines Händlers beenden, wenn dieser das vereinbarte Verkaufsziel in seinem Einzugsbereich/lokalen Gebiet nicht erreicht?**

Nach der Verordnung 1400/2002 ist es Lieferanten gestattet, mit Händlern Verkaufsziele zu vereinbaren. Solche Ziele können allgemein sein oder sich auf einen bestimmten Einzugsbereich/lokales Gebiet beziehen.

Die Verordnung hindert einen Lieferanten daran, die Vereinbarung mit einem Händler zu beenden, der sich nach besten Kräften bemüht hat, ein vereinbartes Verkaufsziel zu erreichen. Ein Lieferant darf den Vertrag mit dem Händler jedoch nicht beenden, wenn das Nichterreichen des Verkaufszieles darauf zurückzuführen ist, dass der Händler vom Lieferanten keine ausreichende Zahl von Fahrzeugen erhalten hat, um die Nachfrage - einschließlich jener von Kunden außerhalb seines Einzugsbereiches/lokalen Gebiets - zu decken¹⁴.

¹³ In einem Alleinvertriebssystem müssen solche Bonusse auch in Bezug auf Verkäufe an unabhängige Wiederverkäufer bezahlt werden.

¹⁴ Wenn ein Händler mit einem lokalen Verkaufsziel von 200 Fahrzeugen beispielsweise 180 Fahrzeuge in seinem lokalen Gebiet und 40 an Kunden von anderswo verkauft, aber sein Lieferant außerstande ist, ihm die vollständigen 240 Fahrzeuge zu liefern, die gebraucht werden, um sowohl sein lokales Verkaufsziel als auch seine "Außer Gebiet"-Verkäufe zu erfüllen, dann kann dieser Lieferant die Vereinbarung des Händlers nicht deswegen beenden, weil das lokale Verkaufsziel nicht erreicht wurde. Dies würde nämlich eine indirekte Beschränkung der Verkäufe darstellen, die gemäß Artikel 4 Absatz 1 Buchstaben d) und e) der Verordnung zur Unanwendbarkeit der Freistellung führt.

Kommt es zu einem Streitfall hinsichtlich der Festsetzung oder des Erreichens von Verkaufszielen – dies gilt auch für lokale Verkaufsziele – muss ein Händler das Recht haben, ein Schiedsgericht anzurufen.

Siehe auch die Antwort zu Frage 43 im Leitfaden.

HANDELSVERTRETER

10. Kann ein Lieferant einen Händler daran hindern, Handelsvertreter einzusetzen¹⁵, die Fahrzeuge im Namen des Händlers verkaufen?

Ja, ein Lieferant kann entscheiden, ob ein Händler Handelsvertreter ernennen darf oder nicht. Der Lieferant kann deshalb auch Kriterien für die Verkaufsaktivitäten solcher Handelsvertreter festlegen.

GEMISCHTE VERTRIEBSSYSTEME

11. Kann ein Lieferant Alleinvertrieb und selektiven Vertrieb in verschiedenen Gebieten des selben Mitgliedstaates verwenden?

Die Verordnung 1400/2002 verpflichtet den Lieferanten (Hersteller oder Importeur) nicht, dasselbe Vertriebssystem im gesamten Gebiet eines Mitgliedstaates zu verwenden. Theoretisch könnte ein Lieferant im Mitgliedstaat X einen ausschließlichen Vertrieb in der Region X1 und ein selektiven Vertrieb in der Region X2 errichten. In einem solchen Fall kann der Lieferant die Handelsströme von Fahrzeugen von einem Gebiet in das andere nicht beschränken. Insbesondere kann der Lieferant nach der Verordnung Händlern, denen ein ausschließliches Gebiet zugewiesen wurde, den Verkauf an unabhängige Wiederverkäufer (d.h. Unternehmen, die keine Mitglieder des Netzes des Herstellers sind) nicht verbieten.

Somit könnte der Hersteller oder Importeur im obigen Beispiel die (ausschließlichen) Händler in der Region X1 nicht daran hindern, Fahrzeuge direkt an Verbraucher in der Region X2 oder an unabhängige Wiederverkäufer zu verkaufen. Diese Wiederverkäufer könnten die Fahrzeuge dann natürlich in der Region X2 und in der Tat auch in allen anderen Gebieten der EU weiterverkaufen. Außerdem könnte (selektiven) Händlern in der Region X2 nicht der Verkauf an unabhängige Wiederverkäufer in der Region X1¹⁶ oder an alle Verbraucher in der Region X1 verboten werden, die an die Händler herantreten¹⁷.

¹⁵ Ein Handelsvertreter ist von einem Vermittler zu unterscheiden. Wohingegen ein Vermittler Fahrzeuge für einzelne Verbraucher kauft, handelt ein Handelsvertreter im Namen eines oder mehrerer Händler.

¹⁶ Siehe Erwägungsgrund 13 der Verordnung 1400/2002.

¹⁷ D.h. im Rahmen von „passiven Verkäufen“.

Fragen zur Wartung und Instandsetzung

ERFÜLLUNG DER GARANTIE

Siehe Fragen 1 und 2.

QUALITATIVE ANFORDERUNGEN

12. Welche qualitativen Anforderungen kann ein Lieferant an zugelassene Werkstätten stellen?

Die meisten Lieferanten werden qualitative selektive Systeme für das Angebot von Kundendienst errichten, da der Marktanteil ihres jeweiligen Netzes im Bereich Instandsetzung und Wartung von Fahrzeugen ihrer Marke über 30% liegt. In einem solchen System kann ein Lieferant die qualitativen Merkmale festlegen, die die Kandidaten erfüllen müssen, die Mitglied des zugelassenen Kundendienstnetzes werden wollen.

Es ist offensichtlich, dass viele qualitative Kriterien **indirekt** die Zahl der Kandidaten begrenzen, die zur Erfüllung der Kriterien in der Lage sind. Echte qualitative Kriterien dürfen jedoch die Anzahl zugelassener Werkstätten nicht **direkt** begrenzen. Auch dürfen sie sachlich nicht über das hinaus gehen, was aufgrund der Beschaffenheit der Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen erforderlich ist, die Gegenstand der Vereinbarung zwischen dem Lieferanten und der Werkstatt sind.

Lieferanten können von zugelassenen Werkstätten verlangen, dass sie Instandsetzungs- und Wartungsarbeiten von einer festgelegten Qualität und innerhalb von festgelegten Fristen erbringen müssen. Es würde allerdings zu einer quantitativen Selektion führen, die nicht von der Gruppenfreistellung abgedeckt wäre, wenn die Lieferanten Anforderungen stellen würden, die der Werkstatt nicht einen gewissen Grad an Flexibilität hinsichtlich der Art und Weise einräumen, wie ein festgelegtes Ziel erreicht wird. Insbesondere wäre ein Fall quantitativer Selektion gegeben, wenn Anforderungen gestellt würden, die die Kosten für die Erbringung der Dienstleistung unnötig in die Höhe treiben.

Die folgenden Beispiele, die in Vertriebsvereinbarungen enthalten waren, sollen dieses Prinzip erläutern:

F Ein Hersteller kann vorschreiben, dass zugelassene Werkstätten in der Lage sein müssen, eine Vielzahl von Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen durchzuführen. Um dies zu erreichen, kann es erforderlich sein, dass eine Werkstatt Zugang zu Spezialwerkzeugen und Ausrüstungen haben muss, die nur gelegentlich gebraucht werden. Die Verpflichtung, Zugang zu solchen selten verwendeten Werkzeugen und Ausrüstungen zu haben, ist eindeutig berechtigt; ein Erfordernis, diese Gegenstände auch tatsächlich zu besitzen und sie in den Räumlichkeiten der Werkstatt aufzubewahren, wäre hingegen kein echtes qualitatives Kriterium. Ein solches Erfordernis wäre nämlich aufgrund der Beschaffenheit der betreffenden Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen nicht zu rechtfertigen. Stattdessen

sollte es der Lieferant zugelassenen Werkstätten unter diesen Umständen z.B. ermöglichen, solche Werkzeuge zu mieten.

- F Eine Verpflichtung, markenspezifische Diagnosegeräte zu kaufen oder zu verwenden, wenn gleichwertige, für mehrere Marken verwendbare Geräte verfügbar sind, wäre kein echtes qualitatives Kriterium und deshalb nicht von der Verordnung gedeckt. Außerdem würde eine solche Anforderung wahrscheinlich indirekt einen Mehrmarkenbetrieb im Bereich der Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen beschränken, da eine Werkstatt dann spezifische Diagnosegeräte für jede Marke vorhalten müsste. Hierdurch würden die großenbedingten Kostenvorteile einer Mehrmarken-Reparaturwerkstatt verringert.
- F Eine Verpflichtung, dass eine zugelassene Werkstatt eine Autowaschanlage haben muss, wäre ebenfalls kein echtes qualitatives Kriterium. Zwar kann das Verlangen eines Herstellers berechtigt sein, dass eine Werkstatt Zugang zu einer Einrichtung hat, um die Fahrzeuge jener Kunden waschen zu können, die dies wünschen. Es sollte jedoch der zugelassenen Werkstatt überlassen bleiben, wie sie dies sicherstellt. Dies kann z.B. dadurch geschehen, dass das Fahrzeug zu einer nahe gelegenen Tankstelle mit Autowaschanlage gebracht wird.
- F Ein Lieferant hat offensichtlich ein berechtigtes Interesse daran, dass jede elektronische Ausrüstung, die eine Werkstatt verwendet, um mit dem Lieferanten zu kommunizieren, effizient und sicher funktioniert und mit den Informationstechnologiesystemen des Lieferanten kompatibel ist. Allerdings ist eine Forderung, eine genau vorgeschriebene technische Lösung für diese Kommunikation zu verwenden, kein echtes Qualitätskriterium, wenn der Händler die gleichen Ergebnisse auf andere kostengünstigere oder flexiblere Weise erreichen kann. Benötigt eine Werkstatt bestimmte technische Informationen, um ihr IT-System mit jenem des Lieferanten verbinden zu können, so sollten ihr diese technischen Informationen zur Verfügung gestellt werden.
- F Eine Anforderung, Kunden vorübergehend Ersatzfahrzeuge zur Verfügung zu stellen, während ihre eigenen Fahrzeuge gewartet oder instandgesetzt werden, wäre ein gültiges Qualitätskriterium. Während allerdings eine Verpflichtung, solche Dienste anbieten zu können, normalerweise berechtigt ist, wäre eine Anforderung, tatsächlich Ersatzfahrzeuge zu besitzen, kein echtes qualitatives Kriterium, da dies nicht aufgrund der Beschaffenheit der betreffenden Instandsetzungs- und Wartungsdienste erforderlich wäre. Der Lieferant sollte es zugelassenen Werkstätten erlauben, Mobilitätsbedürfnisse ihrer Kunden zufriedenzustellen, indem sie ihnen z.B. ein Mietauto besorgen. Die Vertragspartner müssen die Möglichkeit haben, bei Meinungsverschiedenheiten über die Erfüllung dieser Anforderungen einen unabhängigen Experten oder Schiedsrichter anzurufen¹⁸.

¹⁸ Artikel 3 Absatz 6 der Verordnung 1400/2002.

13. Kann ein Lieferant im Rahmen der Zulassung einer neuen Werkstatt verlangen, dass diese zusätzliche Kriterien erfüllen muss, die für die bestehenden Mitglieder des Werkstattnetzes nicht gelten?

Dies ist nicht möglich. Die meisten Lieferanten haben qualitative selektive Vertriebssysteme für Instandsetzung und Wartung, da der Marktanteil ihrer Netze im Hinblick auf die Instandsetzung und Wartung von Fahrzeugen ihrer Marken über 30% liegt. Von Kandidaten die Erfüllung zusätzlicher Kriterien zu verlangen, die für die vorhandenen Mitglieder eines Vertriebsnetzes nicht gelten, ist mit der Natur eines qualitativen Vertriebssystems nicht vereinbar und wäre nach der Verordnung nicht zulässig.

14. Muss ein Lieferant identische Kriterien für alle Mitglieder des zugelassenen Werkstattnetzes festlegen?

Nicht zwangsläufig. Ein Lieferant muss identische Qualitätskriterien festlegen und sie auf die gleiche Art und Weise auf jene Werkstätten anwenden, die sich in einer ähnlichen, vergleichbaren Situation befinden (Prinzip der Nichtdiskriminierung). Ein Lieferant kann jedoch z.B. von einer Werkstatt in wohlhabenderen städtischen Gebieten die Erfüllung anderer Kriterien verlangen als von Werkstätten in ländlichen Gegenden oder er kann für große Werkstätten andere Kriterien festlegen als für kleine Betriebe.

15. Kann ein Lieferant die Zulassung einer Werkstatt ablehnen, die nur Karosseriearbeiten anbietet (Karosseriebetrieb) und die andere Arten von Instandsetzungsarbeiten, z.B. Reparaturen der Fahrzeugmechanik, nicht anbietet?

Die Antwort hängt davon ab, ob ein Lieferant ein **quantitatives** oder ein rein **qualitatives** selektives Vertriebssystem für die Zulassung von Werkstätten hat. (Der Lieferant, der ein quantitatives System verwendet, kommt nur dann in den Genuss des Rechtsvorteils der Verordnung, wenn sein Anteil am Markt für die Instandsetzung und Wartung von Fahrzeugen der betreffenden Marke unterhalb von 30% liegt.)

Eine Anforderung bezüglich der Bandbreite von Diensten, die ein Unternehmen anbieten muss, gilt allgemein als ein zulässiges **qualitatives** Kriterium und ist deshalb innerhalb eines rein **qualitativen** selektiven Vertriebssystems möglich. Ein Lieferant mit einem qualitativen selektiven System kann deshalb die Zulassung von auf Karosserie-reparatur spezialisierten Werkstätten im Allgemeinen ablehnen. In einem rein qualitativen selektiven Vertriebssystem, darf der Lieferant jedoch zwischen Mitgliedern des Systems nicht diskriminieren. Hat ein Lieferant schon andere Karosseriebetriebe in seinem zugelassenen Netz, kann er es nicht ablehnen, weitere Karosseriebetriebe aufzunehmen, es sei denn, dass der Kandidat die Qualitätskriterien für solche Betriebe nicht erfüllt.

Betreibt ein Lieferant ein **quantitatives** selektives Vertriebssystem, in das er auch schon Karosseriebetriebe aufgenommen hat, so kann er einen Karosseriebetrieb, der sich bewirbt, immer ablehnen, selbst wenn der Bewerber die Qualitätskriterien erfüllt.

Die gleichen Prinzipien gelten für andere Bewerber, die nur eine begrenzte Zahl von Dienstleistungen innerhalb eines Reparaturnetzes anbieten möchten und in das Netz zugelassener Werkstätten aufgenommen werden wollen, wie beispielsweise „Fast fit“-Betriebe, die sich etwa auf das Ersetzen von Auspuffanlagen, Reifen, Bremsen und Stoßdämpfern spezialisiert haben.

16. Kann ein Lieferant die Zulassung von Ersatzteihändlern ablehnen, die nicht auch gleichzeitig Fahrzeuge warten und instandsetzen?

Im Allgemeinen nicht. In der großen Mehrheit der Fälle hat ein Hersteller nämlich in Bezug auf bestimmte Gruppen von Ersatzteilen einen Marktanteil von über 30%. Damit die Gruppenfreistellung anwendbar ist, wird er seine Ersatzteihändler auf der Grundlage von rein qualitativen Merkmalen auswählen müssen. Es stellt sich daher die Frage, ob es in einem qualitativen selektiven Vertriebssystem zulässig ist, dass der Lieferant verlangt, dass die seinem Netz angehörenden Ersatzteihändler auch Fahrzeuge reparieren und instandsetzen müssen. Für ihre Beantwortung muss untersucht werden, ob die Verpflichtung, gleichzeitig auch eine zugelassene Werkstatt zu betreiben, objektiv gesehen im Hinblick auf die Beschaffenheit der Vertragswaren (Ersatzteile) erforderlich ist. Aus der Natur von Ersatzteilen kann nicht hergeleitet werden, dass diese ausschließlich von Unternehmen vertrieben werden können, die auch als Werkstatt der betreffenden Marke zugelassen sind. Deshalb wird eine in einem qualitativen selektiven Ersatzteile-Vertriebsnetz bestehende Verpflichtung, gleichzeitig eine zugelassene Werkstatt zu betreiben, nicht von der Verordnung freigestellt.

MEHRMARKENWERKSTÄTTEN

17. Welche praktischen Anforderungen kann ein Lieferant einer Werkstatt auferlegen, die auch als zugelassene Werkstatt für konkurrierende Hersteller tätig werden möchte?

Die in der Antwort zu Frage 5 im Hinblick auf Händler dargelegten Prinzipien zum Mehrmarkenvertrieb von Neuwagen gelten auch für im Kundendienst tätige Mehrmarkenbetriebe.

Allgemeine Fragen

18. Muss ein Lieferant getrennte Verträge für den Vertrieb von Kraftfahrzeugen und für Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen verwenden?

Nein. Es bleibt dem Lieferanten überlassen, ob er für jede Tätigkeit einen gesonderten Vertrag verwenden möchte oder einen alle Tätigkeiten umfassenden Vertrag, etwa für Händler, die zugleich zugelassene Werkstätten sind.

Ein Unternehmen, das sowohl Neuwagen vertreibt als auch Kundendienst durchführt, muss jedoch, unabhängig davon, ob es einen oder mehrere Verträge gibt, die

vertraglichen Verpflichtungen bezüglich einer dieser Aktivitäten beenden können¹⁹, ohne mit seinem Lieferanten eine neue Vereinbarung in Bezug auf die andere Tätigkeit abschließen zu müssen. Beispielsweise sollte ein Händler mit einem Vertrag, der sowohl den Vertrieb von Neuwagen als auch den Kundendienst erfasst, auf der Grundlage seiner bestehenden Vereinbarung weiterarbeiten können, wenn er sich vom Neuwagenverkauf zurückziehen und seine zugelassene Werkstatt beibehalten möchte.

19. In welchem Umfang kann ein Lieferant Zugang zu den Geschäftsdaten eines Händlers oder einer Werkstatt verlangen, der/die auch Fahrzeuge eines konkurrierenden Herstellers verkauft bzw. zugelassene Werkstatt für Marken konkurrierender Hersteller ist?

Ein Lieferant kann ein berechtigtes Interesse daran haben, dass ein Händler oder eine zugelassene Werkstatt wirtschaftlich gesund sind. Er kann deshalb Einsicht in die Bilanzen des Händlers oder der Werkstatt verlangen. Allerdings hat der Hersteller kein Recht auf Zugang zu Daten, die den Vertrieb von oder den Kundendienst an Fahrzeugen anderer Marken betreffen. Andere Lieferanten könnten Einwände dagegen haben, dass ihre Fahrzeuge von einem Händler bzw. einer Werkstatt verkauft bzw. instandgesetzt und gewartet werden, wenn eine solche Überprüfung des betreffenden Händlers bzw. der Werkstatt möglich ist. Außerdem könnte der Austausch von kommerziell sensiblen Informationen bezüglich des Verkaufs oder des Kundendienstes andere Wettbewerbsprobleme aufwerfen.

Für den Fall, dass ein Lieferant eine detaillierte Untersuchung der Aufzeichnungen eines Mehrmarkenhändlers bzw. einer für mehrere Marken zugelassenen Werkstatt für notwendig erachtet, sollte er die Kosten für die Durchführung einer solchen Überprüfung durch einen unabhängigen Dritten wie z.B. einen Wirtschaftsprüfer, der den vertraulichen Charakter solcher sensibler Informationen sicher stellt, übernehmen.

20. Wenn ein Händler bzw. eine Werkstatt einer Marke den Betrieb an einen anderen Händler bzw. eine andere Werkstatt derselben Marke verkaufen möchte, muss der Betrieb zuerst dem Lieferanten der betreffenden Marke angeboten werden? Muss der Lieferant lange im Voraus von dem geplanten Verkauf informiert werden?

Die Verordnung gibt jedem Händler das Recht, seinen Betrieb an einen anderen Händler seiner Wahl innerhalb des Netzes des Herstellers zu verkaufen. Dasselbe gilt für Werkstätten, die den Betrieb an jede andere Werkstatt innerhalb desselben Markennetzes verkaufen dürfen. Ein Händler bzw. eine Werkstatt ist also nicht verpflichtet, den Betrieb zuerst dem Lieferanten anzubieten, bevor er anderen Händlern bzw. Werkstätten (etwa aufgrund eines Vorkaufsrechts) angeboten wird.

Der Händler bzw. die Werkstatt kann vom Lieferanten dazu verpflichtet werden, ihn über die Verkaufsabsicht zu informieren, dies darf jedoch den Verkauf nicht verzögern. Eine Verpflichtung zur Information vier Wochen vor Wirksamkeit der Übertragung wäre deshalb annehmbar.

¹⁹ Dabei muss es jedoch alle vertraglich vereinbarten Kündigungserfordernisse einhalten.