



Titel: Einstellung des Verfahrens gegen Ford, Opel und PSA Peugeot Citroën wegen möglicher Wettbewerbsbeschränkungen in Händlervorgaben zur Zusammenarbeit mit Internetvermittlern

Branche:	Automobilwirtschaft
Aktenzeichen:	B9-28/15; B9-28/15-1 (Ford), B9-28/15-2 (PSA), B9-28/15-3 (Opel)
Datum der Entscheidung:	B9-28/15-1: 11. November 2015 B9-28/15-2: 01. Dezember 2015 B9-28/15-3: 11. November 2015

Das Bundeskartellamt hatte im Frühjahr 2015 gegen die Hersteller Ford Werke GmbH („Ford“), Adam Opel AG („Opel“) und PSA Peugeot Citroën Deutschland GmbH („PSA“) Verwaltungsverfahren nach § 1 GWB und Art. 101 AEUV eingeleitet.

Anlass hierfür waren Berichte in der einschlägigen Fachpresse über die Einführung sogenannter „Internetstandards“ durch die genannten Hersteller sowie die damit aus Sicht von Teilen der Fachöffentlichkeit verbundenen Ziele. Danach machten die Hersteller mit diesen Internetstandards ihren jeweiligen Markenhändlern Vorgaben für den Vertrieb ihrer Neuwagen über das Internet. Hielten die jeweiligen Markenhändler diese Internetstandards nicht ein, sollte ihnen ein nicht unerheblicher Teil ihrer Boni bzw. Verkaufshilfen entgehen. Den Presseberichten nach zu urteilen war ein Grund für die Einführung der Internetstandards die Tätigkeit von sogenannten internetbasierten Neuwagenportalen.

Das Bundeskartellamt hat Marktermittlungen bei den betroffenen Herstellern sowie bei den beiden großen Neuwagenportalen autohaus24 GmbH („autohaus24“) und MeinAuto GmbH („meinauto.de“) durchgeführt.

Diese Neuwagenportale funktionieren nach dem folgenden Prinzip: Der Endkunde kann sich auf den Internetseiten dieser Portale seinen Wunschwagen selbst konfigurieren (Wunschmarke, Ausstattungsmerkmale etc.) und erhält nach Abschluss der Konfiguration eine Indikation, zu welchem Preis ihm dieser Wunschwagen voraussichtlich vermittelt werden kann. Die Portale ermitteln diese Preisindikationen aufgrund eigener Marktkenntnisse oder aufgrund von Indikationen der Händler. Der

Endkunde kann sich von den Portalen telefonisch zu seiner Fahrzeugauswahl beraten lassen. Erklärt sich der Endkunde mit der Vermittlung eines Neuwagens einverstanden, so erteilt er dem Portal einen Vermittlungsauftrag. Die Portale suchen daraufhin einen passenden Händler, der den vom Endkunden gewünschten Wunschwagen zu dem gewünschten Preis anbieten kann. Der Kaufvertrag und die weitere Abwicklung des Geschäfts erfolgt anschließend unmittelbar zwischen dem Händler und dem Endkunden. Der Händler zahlt bei Zustandekommen des Kaufvertrages eine Provision an das Portal. Eine Verpflichtung des Händlers zum Abschluss eines Kaufvertrags mit dem vermittelten Kunden besteht nicht.

Die Tätigkeit der internetbasierten Neuwagenportale führt auf dem Markt für den Vertrieb von Neuwagen zu einer deutlich höheren Markttransparenz, die sich ein Endkunde auf andere Art und Weise gar nicht bzw. nur unter unvertretbar hohem Aufwand verschaffen könnte. Zudem führt die Tätigkeit der Portale zu mehr Wettbewerb zwischen den verschiedenen Automarken und zwischen den Markenhändlern desselben Herstellers. Dies betrifft den Online-Vertrieb, aber auch den stationären Vertrieb, da Endkunden regelmäßig unter Verweis auf Preisindikationen der Portale mit stationären Händlern über für sie günstigere Preise verhandeln. Für diejenigen Markenhändler, die mit internetbasierten Vermittlern zusammenarbeiten, handelt es sich häufig um einen wichtigen Absatzweg.

Die Ermittlungen des Bundeskartellamtes bei den Herstellern ergaben, dass die Internetstandards mehrere Bedingungen enthielten, deren Einhaltung Voraussetzung für den Erhalt von Boni bzw. Verkaufshilfen war. Diese Bedingungen waren zwar nicht wortgleich, aber im Wesentlichen inhaltsgleich. Sie beinhalteten kein explizites Verbot der Kooperation von Händlern mit Vermittlungsportalen, waren aber so formuliert und gestaltet, dass sich ein solches Verbot im Wege der Auslegung ergeben konnte.

Weiter ergaben die Ermittlungen des Bundeskartellamtes, dass die jeweiligen Markenhändler nach der Einführung der Standards tatsächlich mehrheitlich nicht mehr bereit waren, mit den Vermittlungsportalen zusammenzuarbeiten, aus Sorge, die für sie zentralen Boni und Verkaufshilfen des Herstellers zu verlieren. Dies führte zu einem deutlichen Rückgang der Vermittlung der betroffenen Automarken über die Neuwagenportale.

Das Bundeskartellamt hat die Hersteller darüber informiert, dass es in der Etablierung der Internetstandards nach erster Einschätzung einen Verstoß gegen geltendes deutsches und europäisches Kartellrecht nach § 1 GWB und Art. 101 AEUV sieht,

soweit sie der Zusammenarbeit von Markenhändlern mit Neuwagenportalen, die als Vermittler von Endkunden agieren, entgegenstehen.

Seitdem die speziellen Regeln der Kfz-GVO für den Bezug, Verkauf oder Weiterverkauf von Neufahrzeugen Ende Mai 2013 ausgelaufen sind,¹ fallen entsprechende Vereinbarungen zwischen Herstellern und Händlern in den Anwendungsbereich der branchenübergreifenden Vertikal-GVO.²

Nach vorläufiger Einschätzung kam eine Freistellung der Internetstandards nach der Vertikal-GVO nicht in Betracht, weil diese eine Kernbeschränkung nach Art. 4 c) Vertikal-GVO enthielten, insoweit sie als Verbot der Zusammenarbeit mit Neuwagenportalen ausgelegt werden konnten. Nach Art. 4 c) Vertikal-GVO ist eine Beschränkung des aktiven oder passiven Verkaufs an Endverbraucher durch auf der Einzelhandelsstufe tätige Mitglieder eines selektiven Vertriebssystems kartellrechtlich unzulässig und führt zur Nichtigkeit der Vereinbarung. Die Kfz-Hersteller betreiben quantitativ-selektive Vertriebssysteme mit zum Teil mehreren Händlern in bestimmten Regionen.

In den ergänzenden Leitlinien der Kommission für den Kfz-Bereich wird der in Art. 4 c) Vertikal-GVO verwendete Begriff des Endverbrauchers mit Blick auf den Kfz-Vertrieb weiter konkretisiert.³ Danach umfasst der Begriff „Endverbraucher“ in Art. 4 c) Vertikal-GVO auch solche Verbraucher, die ihren Kauf über einen Vermittler tätigen. Vermittler sind demnach Personen oder Unternehmen, die ein neues Kraftfahrzeug für einen bestimmten Verbraucher erwerben, ohne Mitglied des Vertriebsnetzes des Herstellers zu sein. Die Nutzung des Internets, um Kunden für eine bestimmte Palette von Kraftfahrzeugen zu gewinnen und elektronisch erteilte Aufträge von diesen Kunden zu erhalten, berührt nicht den Vermittlerstatus. Vermittler sind zu unterscheiden von unabhängigen Wiederverkäufern, die Kraftfahrzeuge zum Weiterverkauf erwerben und nicht für einen bestimmten Verbraucher tätig werden.

¹ Art. 3 der Verordnung (EU) Nr. 461/2010 der Kommission vom 27. Mai 2010 über die Anwendung von Art. 101 Abs. 3 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen im Kraftfahrzeugsektor („Kfz-GVO“).

² Verordnung (EU) Nr. 330/2010 der Kommission vom 20. April über die Anwendung von Art. 101 Abs. 3 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen („Vertikal-GVO“).

³ Bekanntmachung der Kommission, Ergänzende Leitlinien für vertikale Beschränkungen in Vereinbarungen über den Verkauf und die Instandsetzung von Kraftfahrzeugen und den Vertrieb von Kraftfahrzeugersatzteilen, 2010/C138/05, Rn. 52.

Nach vorläufiger Auffassung des Bundeskartellamtes darf die Vermittlung von Neuwagen über die Internetportale, die nach dem o.g. Prinzip arbeiten, aus kartellrechtlichen Gründen nicht verboten werden, da diese Portale als Vermittler für einen bestimmten Verbraucher tätig werden. Die Beschränkung einer solchen Vermittlungstätigkeit stellt eine Kernbeschränkung und damit einen schwerwiegenden Verstoß dar. Eine Einzelfreistellung des Verbots der Zusammenarbeit mit Kundenvermittlern nach Art. 101 Abs. 3 AEUV war schon aufgrund des Fehlens erkennbarer Verbesserung der Warenerzeugung und -verteilung (z.B. Effizienzgewinne) nicht ersichtlich; sie wurde im Laufe des Verfahrens von den Beteiligten auch nicht geltend gemacht.

Das Bundeskartellamt hat im Rahmen des Verfahrens zum Teil mehrfach Gespräche mit den Herstellern Ford, Opel und PSA geführt. Diese haben sich schließlich bereit erklärt, klarzustellen, dass die Internetstandards nicht für internetbasierte Vermittlungsportale gelten, die als Kundenvermittler tätig sind. Nachdem die Kfz-Hersteller diese Klarstellung gegenüber der Händlerschaft kommuniziert und dies gegenüber dem Bundeskartellamt nachgewiesen hatten, konnten die Verfahren eingestellt werden.