

Brüssel, den 30. Mai 2001

Kommission verhängt eine Geldbuße von 30,96 Mio.Euro gegen Volkswagen AG wegen Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der Einzelhandelspreise auf dem deutschen Markt

Die Europäische Kommission hat beschlossen, gegen den größten deutschen und europäischen Kraftfahrzeughersteller Volkswagen eine Geldbuße von 30,96 Millionen € zu verhängen, weil er von seinen deutschen Vertriebshändlern 1996 und 1997 "Preisdisziplin" verlangt hatte, die darin bestand, den neuen Passat nicht zu weit unter dem empfohlenen Einzelhandelspreis liegenden Preisen zu verkaufen. Dies ist nach der Entscheidung vom Januar 1998¹ die zweite Kommissionsentscheidung gegen Volkswagen. Maßnahmen zur Einschränkung von Preisnachlässen sind dazu bestimmt, die Höhe der Einzelhandelspreise festzusetzen, was eine gravierende Wettbewerbsbeschränkung darstellt. Maßnahmen dieser Art verstoßen gegen Artikel 81 Absatz 1 EG-Vertrag, der die Festsetzung von Preisen verbietet, und sind mit der Gruppenfreistellungsverordnung für den Kraftfahrzeugvertrieb² unvereinbar. Preisvergleiche in den letzten Jahren haben übrigens zu dem Ergebnis geführt, dass die Preise vor Steuern für neue VW-Fahrzeuge in Deutschland viel höher als in allen anderen Mitgliedstaaten mit Ausnahme des Vereinigten Königreichs sind³.

"Unsere heutige Entscheidung ist abermals ein klares Signal dafür, dass die Wettbewerbspolitik den Verbraucherinteressen dient. Die Kommission hat es hier zum ersten Mal mit der Aufrechterhaltung von Wiederverkaufspreisen zu tun und im Bereich der vertikalen Beschränkungen ihre strenge Politik gegenüber Preisfestsetzungspraktiken bestätigt", erklärte EU-Wettbewerbskommissar Mario Monti.

¹ In der Entscheidung von 1998 wurde festgestellt, dass Volkswagen und sein italienischer Importeur die Wiederausfuhr von Kraftfahrzeugen der Marken Volkswagen und Audi aus Italien nach anderen Mitgliedstaaten, insbesondere Deutschland und Österreich, behindert hatten; siehe Pressemitteilung IP/98/94 vom 28. Januar 1998. Diese Entscheidung ist vom Europäischen Gericht erster Instanz in seinem Urteil vom 6. Juli 2000 bekräftigt worden; siehe IP/00/725 vom 6. Juli 2000. Die Geldbuße von 102 Mio. € – vom Gericht auf 90 Mio. € reduziert - gehört zu den höchsten Geldbußen, die je gegen ein einzelnes Unternehmen verhängt wurde.

² Preisfestsetzungsmaßnahmen gehören ebenfalls zu den gravierenden Wettbewerbsbeschränkungen nach Artikel 4 Buchstabe a) der neuen Gruppenfreistellungsverordnung über vertikale Vereinbarungen (Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 der Kommission vom 22. Dezember 1999), die für alle Vertriebsvereinbarungen mit Ausnahme der Vertriebsvereinbarungen im Kraftfahrzeugsektor gilt; diese fallen in den Anwendungsbereich der Verordnung (EG) Nr. 1475/95.

³ Siehe z.B. Pressemitteilung der Kommission IP/01/227 vom 19. Februar 2001 über den jüngsten Bericht über Kraftfahrzeugpreise in der Europäischen Union.

”Leider ist dieser Fall aber erneut ein Beispiel für die Missachtung der Gruppenfreistellungsverordnung. Durch die Maßnahmen von Volkswagen wird die Freiheit der Vertriebshändler, ihre Preise selber festzusetzen, eindeutig beschnitten – mit der Absicht, ihr normales Geschäftsgebaren zu verändern, zum Nachteil nicht nur der deutschen Verbraucher, sondern auch der Verbraucher in anderen Mitgliedstaaten. Da es darum ging, die Preise für neue Kraftfahrzeuge auf einem Markt, wo diese bereits zu den höchsten in Europa gehören, künstlich hoch zu halten, liegt ein äußerst schwerer Verstoß gegen die europäischen Wettbewerbsregeln vor, der entsprechend bestraft werden muss“, hob Mario Monti außerdem hervor. Im übrigen erklärte er, dass der Schutz der Freiheit der Händler, ihre Preise selber festzusetzen, ein wichtiges Element in der bis zum nächsten Jahr gültigen Gruppenfreistellungsverordnung ist. In diesem Zusammenhang erwähnte er, dass die Kommission ihre Vorstellungen zur künftigen Vertriebsregelung bis zum Jahresende zu veröffentlichen gedenkt.

Der vorliegende Volkswagen-Fall beruht auf Dokumenten, die die Kommission in Verbindung mit einer Beschwerde von einem Verbraucher und im Rahmen von Antworten von Volkswagen auf förmliche Auskunftersuchen erhalten hatte. Diese Dokumente beweisen, dass Volkswagen in den Jahren 1996 und 1997 an sein deutsches Vertriebshändlernetz mehrere Rundschreiben schickte, in denen das Unternehmen die Händler aufforderte, den neuen VW-Passat nicht zu wesentlich niedrigeren als dem empfohlenen Wiederverkaufspreis zu verkaufen bzw. den Käufern keine oder nur begrenzte Preisnachlässe einzuräumen. Der VW-Passat gelangte im Oktober 1996 (Limousine) bzw. Juni 1997 (Kombi) auf den deutschen Markt. Außerdem schickte Volkswagen Schreiben an einzelne Händler, um sie zur Preisdisziplin für dieses neue Modell aufzufordern und ihnen mit rechtlichen Folgen wie der Beendigung ihres Vertriebsvertrages zu drohen, falls sie den Weisungen nicht folgen.

Bevor diese Schreiben versandt wurden, hatte Volkswagen erfahren, dass mehrere deutsche Händler das neue Modell zu Preisen unter dem empfohlenen Einzelhandelspreis zum Verkauf angeboten hatten. Volkswagen versuchte, seine Maßnahmen damit zu begründen, dass sie sowohl für die Rentabilität der Händler als auch für das Markenimage des neuen Modells, das seiner Auffassung nach durch die Preispolitik bestimmter Händler in Mitleidenschaft gezogen wurde, notwendig waren.

Preisfestsetzungsmaßnahmen sind mit Artikel 81 Absatz 1 Buchstabe a) EG-Vertrag⁴ unvereinbar und stehen im übrigen auf der "schwarzen Liste" des Artikels 6 Absatz 1 Punkt 6. der Verordnung (EG) Nr. 1475/95, d.h. der Gruppenfreistellungsverordnung von Vertriebs- und Kundendienstvereinbarungen über Kraftfahrzeuge, wonach die Freistellung nicht gilt, wenn der "Hersteller ... die Freiheit des Händlers einschränkt, beim Weiterverkauf von Vertragswaren oder ihnen entsprechenden Waren Preise und Preisnachlässe selbst festzulegen."

⁴ Artikel 81 Absatz 1 verbietet Vereinbarungen, die eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken oder bewirken und den Handel zwischen Mitgliedstaaten beeinträchtigen können.

Damit wird das Recht der europäischen Verbraucher bestätigt, von Vertriebshändlern wettbewerbsfähige Preise und auch Nachlässe zu erhalten. Die von Volkswagen fast drei Jahre lang praktizierten Maßnahmen waren geeignet, für den neuen VW-Passat in Deutschland ein künstlich hohes Preisniveau aufrecht zu erhalten und zu konsolidieren. Während dieser Zeit, in der in Deutschland rund 400.000 Passat-Fahrzeuge verkauft wurden, mußten die Verbraucher also höhere Preise zahlen. Außerdem waren die Maßnahmen geeignet, Privatausfuhren aus Deutschland zurückzudrängen, Privateinfuhren hingegen zu fördern.

Gegenstand der Volkswagen-Maßnahmen war die Festsetzung der Wiederverkaufspreise und folglich die Ausschaltung eines wesentlichen Wettbewerbsfaktors: Gemeint ist die Möglichkeit der Vertriebshändler, neue Kraftfahrzeuge mit Preisnachlässen zu verkaufen. Da Kfz.-Vertriebshändler normalerweise den Kunden beim Verkauf neuer Fahrzeuge Nachlässe zugestehen, sind die Weisungen von Volkswagen als ein Bestreben anzusehen, den Preiswettbewerb auszuschalten bzw. einzuschränken, indem die Vertriebshändler zu einem anderen Geschäftsverhalten gezwungen werden. Diese Maßnahmen, die sämtliche deutschen VW-Vertriebshändler betrafen, zielten auf eine Einschränkung des Wettbewerbs innerhalb der Marke nicht nur zwischen den deutschen VW-Vertriebshändlern, sondern auch zwischen ihnen und den ausländischen Vertriebshändlern ab. Abgesehen von der Qualität des Kundendienstes ist die Möglichkeit zur Festsetzung der eigenen Wiederverkaufspreise das wichtigste Instrument für den Vertriebshändler, um mit anderen Händlern zu konkurrieren. Derartige Maßnahmen stellen daher einen gravierenden Eingriff in den Wettbewerb und folglich einen sehr schweren Verstoß gegen die Wettbewerbsregeln dar.

Der VW-Passat ist in Deutschland ein äußerst beliebtes Automodell, vor allem im Vergleich mit anderen Modellen derselben Größenordnung. Sämtliche Erwägungen führen zu dem Schluss, dass die von Volkswagen getroffenen Maßnahmen zu einer beträchtlichen Einschränkung des Preiswettbewerbs geführt haben.

Bei der Festsetzung der Höhe der Geldbuße hat die Kommission der Tatsache Rechnung getragen, dass der Verstoß ein einziges Modell (in zwei Ausführungen) des gesamten VW-Produktangebots betraf. Auf dieses Modell entfällt allerdings ein Großteil der Verkäufe in einem Segment, in dem in Deutschland eine starke Nachfrage besteht. Die Rundschreiben wurden an sämtliche deutschen VW-Vertriebshändler adressiert und betrafen demnach sämtliche VW-Passat-Verkäufe in Deutschland. Was die räumliche Tragweite der Zuwiderhandlung betrifft, so vertritt die Kommission die Auffassung, dass sie sich hauptsächlich in einem einzigen Mitgliedstaat (Deutschland) auswirkte, auf den ein grosser Teil sämtlicher Kfz.-Verkäufe in der EU entfällt. Wahrscheinlich hat sich die Zuwiderhandlung auch auf Verbraucher in anderen Mitgliedstaaten ausgewirkt. Aus diesen Gründen und im Hinblick auf die Festsetzung der Geldbuße vertritt die Kommission die Auffassung, dass der Verstoß als „schwer“ angesehen werden muss. Außerdem wertete die Kommission als einen erschwerenden Umstand, dass Volkswagen in seinem ersten Rundschreiben die Händler aufgefordert hatte, dem Konzern Kopien sämtlicher Werbeanzeigen anderer VW-Vertriebshändler "ohne Preisdisziplin" zu übermitteln.