

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	32
-----------------------------	----

Erster Teil Einführung und Vorbemerkungen

I. Allgemeine Bemerkungen	37
II. Historische Entwicklung	40
III. Automobilvertrieb in anderen Staaten der Welt	42
1. USA	42
2. Japan	45
IV. Vom Evaluierungsbericht der Generaldirektion Wettbewerb zu GVO-Text und Leitfaden der Kommission	46
1. Evaluierungsbericht vom November 2000	46
1.1 Zwangsjacken-Effekt	46
1.2 Geringer Parallelhandel	47
1.3 Internet, Mehrmarken-Verkauf	48
1.4 Verkauf und Kundendienst	48
1.5 Zugang zu technischen Informationen	49
1.6 Ersatzteile	49
1.7 Unabhängigkeit der Händler	49
1.8 Missachtung der GVO 1475/95 durch Automobilhersteller ..	50
1.9 Hohe Zahl von Beschwerden von Verbrauchern	51
1.10 Keine Geltung der Schirm-GVO 2790/1999	52
1.11 Schlussfolgerung der Kommission	53
2. Ziele der EG-Wettbewerbspolitik und deren Umsetzung in der GVO 1400/2002	54
3. Die Entwürfe der Kommission sowie die Stellungnahmen des Europäischen Parlaments und des Beratenden Ausschusses für Kartell- und Monopolfragen	58
3.1 Vor-Entwurf vom 10.01.2002	58
3.2 Vor-Entwurf vom 25.01.2002	59
3.3 Entwurf vom 05.02.2002	61
3.4 Entwurf vom 16.03.2002	62
3.5 Entwurf vom 06.05.2002	63
3.6 Stellungnahme des Europäischen Parlaments vom 30.05.2002	67
3.7 Stellungnahme des Beratenden Ausschusses für Kartell- und Monopolfragen vom 06.06.2002	70

3.8	Entwurf vom 20.06.2002	71
3.9	Entwurf vom 08.07.2002	75
3.10	Beschluss vom 17.07.2002	75
4.	Wesentliche Änderungen im Verlaufe des Verfahrens	76
4.1	Einbeziehung mittlerer und schwerer Nutzfahrzeuge	76
4.2	Unterorganisation	77
4.3	Marktanteilsschwellen	77
4.4	Mindestbezugsverpflichtung	78
4.5	Markenspezifisches Verkaufspersonal	78
4.6	Verfügbarkeitsklausel	79
4.7	Standortklausel	79
4.8	Definition der Originalersatzteile	81
4.9	Definition der Ersatzteile	81
4.10	Übertragung von Rechten und Pflichten aus dem Vertrag	82
4.11	Dauer des Vertrages/Kündigungsfrist	82
5.	Der Leitfaden	83
V.	Keine unmittelbare Wirksamkeit der GVO für die vertikalen Vereinbarungen	84
VI.	Kernelemente der GVO 1400/2002	87
1.	Nebeneinander von wettbewerbsrechtlichen und zivilrechtlichen Regelungen	87
2.	Grundsätze	87
3.	Regeln für den Verkauf neuer Kraftfahrzeuge	88
3.1	Regeln für die Auswahl der Händler in einem selektiven Vertriebssystem	88
3.2	Regeln für die Auswahl der Händler in einem exklusiven Vertriebssystem	90
3.3	Regeln für selektive und exklusive Vertriebssysteme	91
4.	Regeln für den Kundendienst	96
4.1	Regeln für die Auswahl der zugelassenen Werkstätten	96
4.1.1	Qualitative selektive Vertriebssysteme	96
4.1.2	Quantitativer selektiver Vertrieb oder exklusiver Vertrieb (Alleinvertrieb)	98
4.1.3	Regeln für die Tätigkeit der zugelassenen Werkstätten	98
5.	Regeln für die Beendigung von Händlerverträgen und die Schlichtung von Meinungsverschiedenheiten	100
6.	Unabhängige Werkstätten	100
7.	Diskriminierungsverbot	101

VII. Zur Gesetzestechnik: Mischung aus GVO 1475/95 und GVO 2790/1999	102
1. Wegfall der Kombination von selektivem und exklusivem Vertriebssystem	103
2. Verschlechterung der Position der Händler gegenüber ihren Kraftfahrzeuglieferanten	104
2.1 Abschaffung der „Weißen Klauseln“	104
2.2 Einführung von Marktanteilsschwellen	105
2.3 Ausweitung der Bezugsbindung	106
3. Verkomplizierende Regelungen	108
3.1 Die sog. Re-Organisation von Verkauf und Kundendienst	108
3.2 Die vergrößerte Zahl der zugelassenen Werkstätten	109
4. Fragwürdige Übernahme von Klauseln der GVO 2790/1999	111
4.1 Bestimmte konkurrierende Lieferanten, nachvertragliches Wettbewerbsverbot	111
4.2 Nichtanwendbarkeit der Verordnung	111
 VIII. Art. 81 Abs. 1 EGV als Schutzgesetz im Sinne des § 823 Abs. 2 BGB	112
 IX. Anwendbarkeit von Art. 82 EGV und § 20 GWB	113
1. Art. 82 EGV	113
2. § 20 GWB	114
3. Verbot, GVO-widrigen Vertrag anzubieten	116
 X. Einzelfreistellungen, Verwaltungsschreiben	117
1. Möglichkeiten und Chancen von Einzelfreistellungen	117
2. Verwaltungsschreiben („letter of comfort“)	120
 XI. Fragen der Beweislast im Zusammenhang mit der GVO	121
 XII. Die GVO im Lichte der Neuen Wettbewerbspolitik	122
1. Vorrang von Art. 81 Abs. 3 EGV vor der GVO	122
2. Vorrang des Art. 81 EGV gegenüber nationalem Wettbewerbsrecht	124

Zweiter Teil Kommentierung

Artikel 1 – Begriffsbestimmungen	127
1. Vorbemerkung	127
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe a) – „Wettbewerber“	127
1. Herkunft, Anwendung	127
2. Unbestimmte Rechtsbegriffe	128
3. Anbieter auf dem Produktmarkt	128
4. Relevanter Markt	129
4.1 Grundsätzliches	129
4.2 Beispiele im Leitfaden	129
5. Insbesondere: Der sachlich relevante Markt	130
5.1 Bedarfsmarktkonzept	130
5.2 Substitute der Vertragswaren	131
5.3 Substitutionsketten	132
5.4 Handelsstufen	132
5.4.1 Einzelhandel als eigener Markt	133
5.5 Trennung nach Waren- und Dienstleistungsgruppen	133
5.5.1 Markt für Personenkraftwagen	133
5.5.2 Markt für Nutzfahrzeuge	134
5.5.3 Markt für Ersatzteile und Kundendienstleistungen	134
5.5.4 Markt für Franchisenetze von unabhängigen Werkstätten	134
5.6 Zusammenfassung der Märkte	135
6. Wettbewerber und geografischer Markt	136
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe b) – „Wettbewerbsverbote“	136
1. Herkunft, Anwendung	137
2. Nicht unter Art. 81 Abs. 1 EGV fallende Wettbewerbs- verbote – fehlende Spürbarkeit	137
3. Käufer, Lieferant, relevanter Markt	138
4. Verpflichtungen, die den Käufer veranlassen	138
5. Unmittelbare und mittelbare Wettbewerbsverbote	139
6. Übersicht über die Darstellung	139
7. Exklusivitätsbindung	140
7.1 Begriffsbestimmung	140
7.2 Beispiele	140
7.3 Insbesondere: Wirtschaftliche Anreize	140

7.4	Freiwillige Entscheidung des Händlers für Marken-Exklusivität	142
8.	Minimale Bezugsverpflichtungen	143
8.1	Generelles	143
8.2	Kein ausschließlicher Bezug beim Lieferanten	144
9.	Verkauf mehrerer Marken in getrennten Bereichen des Ausstellungsraumes	145
9.1	Vergleich GVO 1475/95 und GVO 1400/2002	145
9.2	Marken nicht miteinander verbundener Lieferanten	146
9.3	Konzern-Marken	146
9.4	Auswirkungen der 30%-Grenze auf den Mehr-Marken-Vertrieb	147
9.4.1	Begrenzung der Zahl der Marken	147
9.4.2	Händler mit mehr Marken	148
9.5	Ausstellungsbereich	148
9.5.1	Der eigenen Marke vorbehalten Teil des Ausstellungsraumes - Konzernmarken	148
9.5.2	Sonstige räumliche Beschränkung	149
9.5.3	Ausstellung der gesamten Fahrzeugpalette	150
9.5.4	Standards	151
9.5.5	Insbesondere: Mindestgröße	151
9.5.6	Insbesondere: Gestaltung	152
10.	Marken-spezifisches Verkaufspersonal	152
10.1	Generelles	152
10.2	Kostentragung durch den Lieferanten	153
10.3	Beispiele für vom Lieferanten zu tragende Kosten	154
10.4	Praktische Umsetzung der Pflicht zur Kostentragung	155
11.	Sonstige Beispiele für Wettbewerbsverbote	155
12.	Insbesondere: Wettbewerbsverbote in Schmiermittel-Verträgen	157
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe c) – „Vertikale Vereinbarungen“		157
1.	Herkunft und Bedeutung	157
2.	Anwendung auf alle Produktions- oder Handelsstufen	158
3.	Beispiele für vertikale Vereinbarungen	158
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe d) – „Vertikale Beschränkungen“		159
1.	Herkunft und Bedeutung	159
2.	Beschränkungen im Sinne von Art. 81 Abs. 1 EGV	159
3.	Die vertikalen, Wettbewerbsbeschränkungen enthaltenden Vereinbarungen im Kraftfahrzeugsektor	160

Art. 1 Abs. 1 Buchstabe e) – „Alleinbelieferungsverpflichtung“	160
1. Herkunft und Definitionen	160
2. Verpflichtungen, die den Lieferanten veranlassen	161
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe f) – „Selektive Vertriebssysteme“	161
1. Herkunft und Bedeutung	161
2. Die einzelnen Tatbestandsmerkmale	162
2.1 Unmittelbarer oder mittelbarer Verkauf	162
2.2 Ausgewählte Händler oder Werkstätten	162
2.3 Kein Weiterverkauf an nicht zugelassene Händler oder Werkstätten	162
2.4 Ausnahme: Verkauf von Ersatzteilen	163
2.5 Technische Informationen	163
3. Das exklusive Vertriebssystem	163
4. Das Nebeneinander von selektivem und exklusivem Vertriebssystem	166
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe g) – „Quantitative selektive Vertriebssysteme“	167
1. Begriffsbestimmung	167
2. Quantitative Merkmale: Beispiele	168
3. Unmittelbare Begrenzung der Zahl	168
4. Aufnahme der quantitativen Merkmale in die vertikale Vereinbarung	168
5. Änderung quantitativer Merkmale	169
6. Quantitative Standards im exklusiven Vertriebssystem	170
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe h) – „Qualitative selektive Vertriebssysteme“	170
1. Grundsätzliches	171
2. Rein qualitative Merkmale	171
3. Erforderlichkeit	172
4. Einheitliche Geltung	172
5. Geltungsdauer	173
6. Diskriminierungsverbot	173
7. Keine unmittelbare Begrenzung	173
8. Beispiele	174
8.1 Vollständige Fahrzeugpalette	174
8.2 Gebrauchtwagen	175
8.3 Geografische Standorte	175

8.4	Verkauf	175
8.5	Verkaufspersonal	175
8.6	Werberichtlinien	176
8.7	Gebäude	176
8.7.1	Architektonische Gestaltung	176
8.8	Ausstellungsraum	177
8.8.1	Mindestgröße	177
8.8.2	Markenspezifische Ausgestaltung	178
8.8.2.1	Insbesondere: Fliesen	179
8.8.2.2	Insbesondere: Decke und Beleuchtung	179
8.9	Werkstatt	180
8.9.1	Beispiele	180
8.9.2	Insbesondere: Nachgeordnete Werkstätten	182
9.	Qualitative Standards in der Internet-Werbung	182
10.	Unterschiedliche Standards in den Mitgliedsstaaten	183
11.	Bekanntgabe der qualitativen Kriterien	183
11.1	Auf Anfrage	183
11.2	Rechtsanspruch auf Auskunft	184
12.	Selektion von Ersatzteilhändlern	184
12.1	Entscheidungsrecht des Lieferanten	184
12.2	Gesetzlicher Rechtsanspruch auf Anerkennung	185
12.2.1	Kein Anspruch aus § 823 Abs. 2 BGB i. V. m. Art. 81 Abs. 1 EGV	185
12.2.2	Anspruch aus § 20 GWB	185
13.	Qualitative Standards im exklusiven Vertriebssystem	188
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe i) – „Geistige Eigentumsrechte“		188
1.	Herkunft und Anwendung	188
2.	Geistige Eigentumsrechte	188
3.	Urheberrechte	189
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe j) – „Know-how“		189
1.	Herkunft und Anwendung	190
2.	Inhaltliche Bedeutung	190
3.	Geheim, wesentlich, identifiziert	191
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe k) – „Käufer“		192
1.	Definition und Anwendung	192
2.	Käufer und verbundene Unternehmen	193
3.	Handelsvertreter	193
3.1	Unterschiedliche Ausgestaltung in der Praxis	193

3.2	Handelsvertreter als Kommissionäre	193
3.3	Handelsvertreter als Vermittlungsvertreter	194
3.3.1	Echte Handelsvertreter	194
3.3.2	Unechte Handelsvertreter	195
3.3.3	Mischformen	197
3.3.4	Handelsvertreter als ständige Vermittler für Händler	197
4.	Vermittler	198
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe l) – „Zugelassene Werkstatt“		
1.	Herkunft und Anwendung	200
2.	Entwicklungsgeschichte	201
3.	Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen	201
4.	Arten der zugelassenen Werkstätten	202
5.	Vertragliche Beziehungen	202
6.	Umfang der Werkstatttätigkeit	203
7.	Selektion qualifizierter Werkstätten	204
7.1	Im quantitativen selektiven oder im exklusiven Vertriebsystem	204
7.2	Im qualitativen selektiven Vertriebsystem	204
8.	Gesetzlicher Rechtsanspruch auf Anerkennung als zugelassene Werkstatt	205
8.1	Kein Anspruch aus § 823 Abs. 2 BGB i. V. m. Art. 81 Abs. 1 EGV	205
8.2	Anspruch aus § 20 GWB	205
8.3	Autorisierung während der Übergangszeit	209
8.4	Beschwerde, gerichtliches Verfahren	209
9.	Einzelheiten zur Autorisierung	209
10.	Wahlrecht des Vertragspartners einer zugelassenen Werkstatt	211
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe m) – „Unabhängige Werkstatt“		
1.	Anwendung	212
2.	Unterschiedliche Arten von Werkstätten	212
3.	Zugelassene Werkstätten als unabhängige Werkstatt	212
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe n) – „Kraftfahrzeuge“		
1.	Anwendung	213
2.	Begriff „neu“	213
3.	Zahl der Räder	213
4.	Fahrzeuge mit Selbstantrieb	214
5.	Für den Verkehr auf öffentlichen Straßen bestimmt	214

Art. 1 Abs. 1 Buchstabe o) – „Personenkraftwagen“	215
1. Anwendung	215
2. Übereinstimmung mit deutschem Recht	215
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe p) – „Leichte Nutzfahrzeuge“	215
1. Vorgeschichte und Anwendung	216
2. Leichte Nutzfahrzeuge über und unter 3,5 t	216
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe q) – „Vertragsprogramm“	217
1. Anwendung	217
2. Umfang der Kraftfahrzeugmodelle	217
3. Verfügbarkeit	218
4. Ersatzteile	218
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe r) – „Kraftfahrzeug, das einem Modell des Vertragsprogramms entspricht“	218
1. Vorgeschichte und Anwendung	219
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe s) – „Ersatzteile“	219
1. Vorgeschichte und Anwendung	219
2. „Neue“ Ersatzteile	220
3. Bestimmung zum Einbau oder Anbau	220
4. Flüssige Stoffe	221
5. Erforderlichkeit zur Nutzung des Kraftfahrzeugs	222
6. Zubehör	223
7. Bauteile	223
8. Werkzeuge	224
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe t) – „Originalersatzteile“	224
1. Vorgeschichte und Anwendung	224
2. Veränderte Definition gegenüber der GVO 1475/95	225
3. Vom Kraftfahrzeughersteller „vorgegebene“ Spezifizierungen und Produktionsstandards	225
4. Der Begriff „original“	226
5. Besondere Fälle	226
6. Die drei Gruppen von Originalersatzteilen	227
6.1 Vom Fahrzeughersteller produzierte Ersatzteile	227

6.2	Vom Ersatzteilhersteller an den Fahrzeuglieferanten gelieferte Ersatzteile	227
6.3	Vom Ersatzteilhersteller an andere als den Fahrzeug- lieferanten gelieferte Ersatzteile	228
7.	Bescheinigung des Ersatzteilherstellers	229
8.	Gesonderte Lagerung der Ersatzteile, Information der Endverbraucher	230
Art.1 Abs. 1 Buchstabe u) – „Qualitativ gleichwertige Ersatzteile“ ..		230
1.	Motive und Anwendung	230
2.	Unterschied zu Originalersatzteilen	230
3.	Economy Line Ersatzteile	231
4.	Jederzeitige Bescheinigung	231
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe v) – „Unternehmen des Vertriebssystems“ ..		232
1.	Keine Anwendung	232
2.	Die Mitglieder des Vertriebssystems	232
3.	Vertragswaren oder ihnen entsprechende Waren	232
Art. 1 Abs. 1 Buchstabe w) – „Endverbraucher“		233
1.	Anwendung	233
2.	Endverbraucher im eigentlichen Sinne	233
3.	Leasinggesellschaften als Endverbraucher	234
4.	Leasinggesellschaften als Wiederverkäufer	235
5.	Untersagungsmöglichkeiten der Lieferanten	235
Art. 1 Abs. 2 Satz 1 – „Unternehmen“, „Lieferant“, „Käufer“, „Händler“, „Werkstatt“		236
1.	Herkunft und Anwendung	237
2.	Unternehmen	237
3.	Lieferant	237
4.	Käufer	238
5.	Händler	238
6.	Werkstatt	239
Art. 1 Abs. 2 Satz 2 – „Verbundene Unternehmen“		239
1.	Herkunft und Anwendung	240
2.	Einzelne Unternehmen	240

Artikel 2 – Geltungsbereich	242
1. Keine Anwendung der GVO 2790/1999	242
2. Geografischer Geltungsbereich	243
2.1 EU	243
2.2 EWR und Schweiz	243
2.3 Geltung außerhalb des EWR	244
3. Rechtlicher Geltungsbereich	245
3.1 Bezug, Verkauf und Weiterverkauf	245
3.2 Einseitige Entscheidungen seitens der Lieferanten	245
4. Persönlicher Geltungsbereich	246
4.1 Vertragsparteien	246
4.2 Vertrieb über Niederlassungen	250
4.3 Beteiligungen an Händler- oder Werkstattunternehmen	250
4.4 Finanzierungs- oder Leasinggesellschaften der Lieferanten	250
4.5 Supermärkte, Internethändler	251
4.5.1 Quantitativ-selektives und exklusives Vertriebssystem	251
4.5.2 Qualitativ-selektives Vertriebssystem	251
4.6 Handelsvertreter	252
4.7 Vermittler	252
4.8 Unterorganisation	252
4.8.1 Zwei- und mehrstufige Systeme	252
4.8.2 Zustimmung des Lieferanten	253
4.8.3 Vertragspartner	253
5. Gegenständlicher Geltungsbereich	254
5.1 Motorräder	254
5.2 Gebrauchtwagen	254
5.3 Besonderheiten bei Nutzfahrzeugen	255
5.4 Anwendung auf Zubehör	255
5.5 Andere Dienstleistungen als Wartungs- und Instand- setzungsdienstleistungen	255
6. Sachlicher Geltungsbereich	256
6.1 Vertikale Vereinbarungen	256
6.2 Angebot getrennter Verträge durch die Lieferanten	256
6.2.1 Auswirkungen auf Vertrieb und Kundendienst	256
6.2.2 Praxis der Fahrzeuglieferanten	259
6.2.3 Unterschiedliche Standards für jeden Vertrag	260
6.2.4 Anbietungspflicht der Lieferanten	261
Art. 2 Abs. 1 Unterabsatz 1 – Nichtanwendbarkeitserklärung	261
1. Herkunft, Definitionen	262
2. „Neue“ Kraftfahrzeuge	262

3.	Kraftfahrzeugersatzteile	263
4.	Wartungs- und Instandsetzungsdienstleistungen	263
Art. 2 Abs. 1 Unterabsatz 2 – Vertikale Beschränkungen	264
1.	Begrenzung auf vertikale Beschränkungen	264
Art. 2 Abs. 1 Unterabsatz 3 – Freistellung	264
1.	Allgemeines	264
Art. 2 Abs. 2 Buchstabe a) – Unternehmensvereinigungen	264
1.	Herkunft, Klarstellung	265
2.	Zwei Arten vertikaler Vereinbarungen	265
3.	Unternehmensvereinigung	265
4.	Händler und Werkstätten	266
5.	Andere Wirtschaftsteilnehmer	267
6.	Umsatzschwelle 50 Mio EUR	267
Art. 2 Abs. 2 Buchstabe b) – Übertragung von geistigen Eigentumsrechten	268
1.	Herkunft, Definition	268
2.	Voraussetzungen für die Freistellung	269
Art. 2 Abs. 3 Satz 1 – Vertikale Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern/Grundsatz: Keine Freistellung	269
1.	Herkunft, Definition	269
2.	Wettbewerber	270
Art. 2 Abs. 3 Satz 2 – Vertikale Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern: Ausnahmen	270
1.	Herkunft, Definition	271
2.	Buchstabe a) – Umsatzschwelle	271
3.	Buchstabe b) – Mischsysteme beim Vertrieb von neuen Kraftfahrzeugen und Ersatzteilen	273
3.1	Dual distribution	273
3.2	Waren und Vertragswaren	274
3.3	Direktvertrieb durch die Lieferanten	274
3.3.1	Keine Freistellung	274
3.3.2	Wirtschaftliche Bedeutung	274
3.3.3	Kartellrechtliche Unzulässigkeit	275
3.3.4	Meinung der Kommission	276
3.3.5	Lösung nach nationalem Zivilrecht	277

4.	Buchstabe c) – Lieferant zugleich Hersteller und Dienstleistungserbringer	280
4.1	Dual distribution	280
4.2	Gegenstand der Dienstleistungen	280
4.3	Insbesondere: Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen durch Lieferanten an Endverbraucher	280
Artikel 3 – Allgemeine Voraussetzungen		282
1.	Rechtliche Bedeutung der Allgemeinen Voraussetzungen	282
2.	Drei verschiedene Vertriebssysteme	282
3.	Entscheidungshoheit und Verantwortlichkeit beim Lieferanten	283
Art. 3 Abs. 1 – Marktanteilsschwellen		283
1.	Grundsätzliches	283
2.	Anwendung der de-minimis-Bekanntmachung	284
3.	Vorgehensweise	286
3.1	Bestimmung des Marktanteils bei verbundenen Unternehmen, deren Produkte zum selben Produktmarkt gehören ...	286
3.2	Gleichzeitiger Vertrieb mehrerer Produkte, die nicht zum selben Produktmarkt gehören	287
4.	Überschreiten der Marktanteilsschwellen	287
5.	Fehlende Rechtfertigung der Höhe von 30% bzw. 40%	288
Art. 3 Abs. 1 Unterabsatz 1 – Marktanteilsschwelle 30%		289
1.	Motive und Begriffe	289
2.	Besonderheiten beim Vertrieb von Ersatzteilen und Wartungs- und Instandsetzungsdienstleistungen	289
Art. 3 Abs. 1 Unterabsatz 2 – Marktanteilsschwelle 40%		290
1.	Motive und Begriffe	290
Art. 3 Abs. 1 Unterabsatz 3 – Keine Marktanteilsschwelle für qualitative selektive Vertriebssysteme		290
1.	Motive und Voraussetzungen	290
Art. 3 Abs. 2 – Alleinbelieferungsverpflichtungen		291
1.	Herkunft und Anwendung	291

Art. 3 Abs. 3 – Übertragung von Rechten und Pflichten	291
1. Motive und Vorgeschichte	291
2. Geltung für Händler und Werkstätten	292
3. Händler oder Werkstatt im gekündigten Zustand	293
4. Regelung im Vertrag	294
5. Übertragung von Rechten und Pflichten	294
6. Empfänger der Übertragung	294
7. Zustimmung des Lieferanten	295
8. Vorkaufsrecht des Lieferanten	296
Art. 3 Abs. 4 – Schriftform und Begründung bei Kündigungen	297
1. Motive	297
2. Vertragskündigung durch den Lieferanten	297
3. Eingeschränkte Kündigungsmöglichkeit	297
4. Geltung für Händler und Werkstätten	298
5. Regelung im Vertrag	299
6. Form und Inhalt der Kündigung	299
7. Unzulässige Kündigungsgründe	300
8. Außerordentliche Kündigung	300
9. Folgen einer GVO-widrigen oder unzutreffenden Kündigung	301
Art. 3 Abs. 5 – Laufzeiten, Kündigungsfristen	301
1. Motive	302
2. Irreführende Verwendung des Begriffs „Hersteller“	302
3. Geltung nur für Lieferanten neuer Kraftfahrzeuge	302
4. Geltung für Händler und zugelassene Werkstätten	302
5. Regelung im Vertrag	303
6. Mindestlaufzeit von fünf Jahren	304
6.1 Problematik bei Verträgen mit Festlaufzeit von fünf Jahren	304
6.2 Mitteilung der Nichtverlängerung	306
6.3 Angabe der Beweggründe bei Nichtverlängerung	306
7. Regelkündigungsfrist	307
8. Verkürzte Kündigungsfrist bei Zahlung einer Entschädigung	308
8.1 Beispielsfall Investitionersatzanspruch	308
8.2 Keine Entschädigungen	310

8.3	Angemessenheit der Höhe	311
9.	Verkürzte Kündigungsfrist bei notwendiger Umstrukturierung des Vertriebsnetzes	311
9.1	Notwendigkeit	311
9.2	Umstrukturierung des Vertriebsnetzes	312
9.3	Einvernehmen	313
10.	Andere Beendigungsmöglichkeiten	313
Art. 3 Abs. 6 – Unabhängiger Sachverständiger oder Schiedsrichter		314
1.	Motive und Wertung	315
2.	Anwendungsbereich	315
3.	Regelung im Vertrag	316
4.	Gegenstand	316
5.	Beispiele	317
5.1	Lieferverpflichtungen	317
5.2	Festsetzung oder Erreichung von Absatzzielen	317
5.3	Bevorratungspflichten	317
5.4	Fahrzeuge für Ausstellungszwecke und Probefahrten	318
5.5	Voraussetzungen für den Mehrmarkenvertrieb	318
5.6	Einschränkung der Ausweitung des Geschäfts	318
5.7	Kündigungsgründe	318
6.	Weitere Beispiele	319
7.	Verfahren	320
7.1	Unabhängiger Sachverständiger	321
7.2	Schiedsrichter	321
7.3	Mediation	322
7.4	Rechtsweg	322
7.5	Hilfestellung durch die Kommission	323
Art. 3 Abs. 7 – Zurechnung von Marktanteilen		323
1.	Herkunft und Auslegung	323
Artikel 4 – Kernbeschränkungen		324
1.	Bedeutung der Kernbeschränkungen	324
Art. 4 Abs. 1 – Grundsatz		326
1.	Motive und Definition	326
2.	Geltungsbereich	327

Art. 4 Abs. 1 Buchstabe a) – Verkaufspreis	327
1. Herkunft und Geltung	328
2. Freie Preisgestaltung seitens des Lieferanten	328
3. Preisbindung	328
4. Mittelbare Festsetzung von Fest- oder Mindestpreisen	329
5. Höchstpreise	330
6. Preisempfehlungen	331
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe b) – Beschränkung des Gebietes oder Kundenkreises	332
1. Motive und Anwendung	332
2. Vertragsgebiet/Verkaufsgebiet	333
2.1 Selektives und exklusives Vertriebssystem	333
2.2 Exklusives Vertriebssystem	333
2.3 Selektives Vertriebssystem	334
3. Mittelbarer regionaler Gebietsschutz durch Lieferanten	335
4. Unmittelbare Verkaufsbeschränkungen	336
4.1 Im selektiven und exklusiven Vertriebssystem	336
4.2 Im selektiven Vertriebssystem	337
4.3 Im exklusiven Vertriebssystem	337
5. Mittelbare Verkaufsbeschränkung	338
5.1 Im selektiven und im exklusiven Vertriebssystem	338
5.1.1 Nationale Marketing-Aktionen	338
5.1.2 Bonus- und/oder Prämienzahlungen für vom Lieferanten bezogene Ware	339
5.1.3 Weitere Beispiele	339
5.2 Im selektiven Vertriebssystem	342
5.3 Im exklusiven Vertriebssystem	343
5.4 Im normalen Kundendienst	344
5.5 Im Kundendienst hinsichtlich Herstellergarantie	345
5.6 Herstellergarantie zwischen Wettbewerbs- und Zivilrecht	346
6. Ausnahme Unterbuchstabe i): Beschränkung des aktiven Verkaufs in exklusive Gebiete oder an exklusive Kundengruppen	349
6.1 Aktiver Verkauf	350
6.1.1 Definition	350
6.1.2 Im selektiven Vertriebssystem	350
6.1.3 Im exklusiven Vertriebssystem	350
6.2 Passiver Verkauf	351

6.3	Aktive und passive Verkäufe im Nebeneinander von selektivem und exklusivem Vertrieb	352
6.4	Vermittler im Rahmen des aktiven und passiven Verkaufs ..	353
6.5	Internet als Medium für aktiven und passiven Verkauf	354
7.	Ausnahme Unterbuchstabe ii): Verkaufsbeschränkungen für Großhändler	354
8.	Ausnahme Unterbuchstabe iii): Verkaufsbeschränkungen im selektiven Vertriebssystem	355
9.	Ausnahme Unterbuchstabe iv): Verkaufsbeschränkungen für Bauteile	355
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe c) – Beschränkung von Querlieferungen ..		356
1.	Herkunft	356
2.	Begriff und Berechtigte	356
3.	Gegenstand von Querlieferungen	357
4.	Beschränkungen	358
5.	Querlieferungen im exklusiven Vertriebssystem	358
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe d) – Verkaufsbeschränkungen beim selektiven Vertrieb von neuen Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen		358
1.	Herkunft und Begriffe	359
2.	Mitglieder des selektiven Vertriebssystems	359
3.	Einzelhandelsstufe	360
4.	Verkauf an Endverbraucher	360
5.	Beschränkung des aktiven oder passiven Verkaufs	360
6.	Betreiben des Geschäfts von einem zugelassenen Standort aus	360
6.1	Genehmigung durch den Lieferanten	360
6.2	Widersprüchliche Regelung bezüglich zugelassener Werkstätten	361
6.3	Begriff des Standorts	361
6.4	Vorbehalt des Art. 5 Abs.2 Buchstabe b)	362
7.	Standort und Standortklauseln im exklusiven Vertriebssystem	363
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe e) – Verkaufsbeschränkungen im selektiven System von anderen neuen Kraftfahrzeugen als Personenkraftwagen oder leichte Nutzfahrzeuge		363
1.	Herkunft und Definition	364

2.	Gegenstände des aktiven und passiven Verkaufs	364
3.	Mitglieder eines selektiven Vertriebssystems	365
4.	Verkauf an Endverbraucher	365
5.	Verbot der Wahl des Standortes	365
6.	Geltung im exklusiven Vertriebssystem	366
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe f) – Beschränkung des Verkaufs des Vertragsprogramms		366
1.	Motive und Begriffe	367
2.	Verfügbarkeitsklausel	367
3.	Unzulässige Verkaufsbeschränkungen	367
4.	Schlichtungsverfahren	368
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe g) – Beschränkung der untervertraglichen Weitergabe von Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen		369
1.	Motive und Bewertung	369
2.	Gang der Darstellung	370
3.	Vertragsverhältnis zwischen Kraftfahrzeuglieferant und Händler	370
3.1	Keine Verpflichtungen oder Anreize für Verknüpfung zwischen Verkauf und Kundendienst	370
3.2	Recht zur untervertraglichen Weitergabe	371
3.3	Erstattung der Aufwendungen aus Anlass von Herstellergarantie usw.	373
4.	Vertragsverhältnis zwischen Händler und zugelassener Werkstatt	373
4.1	Regelungen der Weitergabe durch Untervertrag	373
4.2	Vertragspartner des Untervertrages	374
4.3	Inhalt des Untervertrages	374
5.	Vertragsverhältnis zwischen Händler und Endverbraucher	375
5.1	Informationspflichten gegenüber dem Endverbraucher	375
5.2	Verkäufer als Anspruchsgegner bei Herstellergarantie usw.	376
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe h) Beschränkung des Rechts der zugelassenen Werkstatt auf Begrenzung ihrer Tätigkeit		377
1.	Motive und Begriffe	377
2.	Beschränkung auf Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen	377

3.	Eigenständige Entscheidungen der zugelassenen Werkstätten	378
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe i) – Beschränkung des Verkaufs von Kraftfahrzeugersatzteilen im selektiven Vertriebssystem		
1.	Motive	379
2.	Kraftfahrzeugersatzteile	379
3.	Verwendung für Instandsetzung und Wartung	379
4.	Exklusives Vertriebssystem	380
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe j) – Verkaufsbeschränkungen für Lieferanten von Originalersatzteilen		
1.	Motive und Begriffe	381
2.	Vertikale Vereinbarung zwischen Lieferanten von Ersatzteilen usw. und Kraftfahrzeughersteller	381
3.	Keine Freistellung von Verkaufsbeschränkungen	381
4.	Kreis der potenziellen Käufer	382
5.	Zivilrechtliche Haftung des Ersatzteilherstellers	382
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe k) – Beschränkungen des Erwerbs von Originalersatzteilen		
1.	Motive und Begriffe	383
2.	Regelfall: Ungehinderter Einkauf	384
3.	Ausnahme: Ausschließliche Verpflichtung zum Bezug beim Kraftfahrzeughersteller	385
4.	Originalersatzteile bei Instandsetzungs- und Wartungsarbeiten während der Garantiezeit	386
5.	Keine Hinweispflicht	386
Art. 4 Abs. 1 Buchstabe l) – Beschränkung der Anbringung von Waren- oder Firmenzeichen		
1.	Motive und Begriffe	387
2.	Anbringung von Waren- oder Firmenzeichen	387
Art. 4 Abs. 2 – Technische Informationen		
1.	Motive und Bedeutung	388
2.	Pflichten der Lieferanten	389
3.	Gegenstände und Inhalt der Informationen	389
4.	Zugangsberechtigte	390

5.	Diskriminierungsfreie Zugangsbedingungen	391
6.	Verfahren zur Erlangung des Zugangs	391
7.	Sprache der Informationen	392
8.	Umfang und Verwendungsfähigkeit der Informationen	392
9.	Arten der Datenträger	393
10.	Geräte, Ausrüstung, Werkzeuge	393
11.	Zeitpunkt des Zugangs	394
12.	Fachliche Unterweisung	394
13.	Beschränkung auf die benötigten Informationen	395
14.	Preise für Informationen, Geräte und Unterweisung	396
15.	Weiterverbreitung von Informationen durch Zugangsberechtigte	396
16.	Ausschluss bestimmter Informationen	397
17.	Schlichtungsverfahren	398
Artikel 5 – Besondere Voraussetzungen		399
1.	Bedeutung der Besonderen Voraussetzungen	399
Art. 5 Abs. 1 – Keine Freistellung bezüglich Verkauf von Kraft- fahrzeugen, Instandsetzungs- und Wartungsdienst- leistungen und Ersatzteilen		399
1.	Geltungsbereich	399
Art. 5 Abs. 1 Buchstabe a) – Keine Freistellung bezüglich Wettbewerbsverboten		400
1.	Herkunft und Geltung	400
2.	Wettbewerbsverbote	400
3.	Insbesondere: Mehr-Marken-Vertrieb	401
Art. 5 Abs. 1 Buchstabe b) – Instandsetzungs- und Wartungs- dienstleistungen für konkurrierende Marken		401
1.	Geltung und Motive	401
2.	Konkurrierende Lieferanten	401
3.	Beispiele	402
Art. 5 Abs. 1 Buchstabe c) – Kein Verkauf von Fahrzeugen bestimmter Lieferanten		403
1.	Bedeutung, Herkunft und Motive	403
2.	Keine Beschränkung des Verkaufs bestimmter konkurrierender Marken	404

Art. 5 Abs. 1 Buchstabe d) – Nachvertragliches Wettbewerbs-	
verbot	405
1. Herkunft und Anwendung	405
2. Geltung auch für Ersatzteile	405
3. Geltung nur für Kraftfahrzeuglieferanten	405
4. Inhalte der Wettbewerbsverbote	406
Art 5. Abs. 2 – Keine Freistellung bezüglich Verkauf von neuen	
Kraftfahrzeugen	407
1. Geltungsbereich	407
Art. 5 Abs. 2 Buchstabe a) – Verkauf von Leasingdienstleistungen ..	407
1. Motive und Geltung	407
2. Besondere Hervorhebung des Leasing	408
3. Keine Beschränkung von Leasingdienstleistungen	408
4. Vertragswaren oder ihnen entsprechende Waren	409
Art. 5 Abs. 2 Buchstabe b) – Verkaufs- oder Auslieferungsstellen	
an anderen Standorten	409
1. Motive und Geltung	410
2. Wettbewerbsrechtliche Bedenken gegen das Verbot der	
Standortklausel	410
3. Begriff des Standorts	411
4. Errichtung im Gemeinsamen Markt	411
5. Verkaufs- und Auslieferungsstellen im Vergleich	
zum Hauptsitz	412
6. Verkaufsstelle	412
7. Auslieferungsstelle	413
8. Kombination von Verkaufs- und Auslieferungsstelle	413
9. Mehrere Marken in einer Verkaufs- oder	
Auslieferungsstelle	413
10. Standards für Verkaufs- oder Auslieferungsstellen	414
11. Beispiele für die Standards	415
12. Mittelbare Beschränkung des Rechts auf Einrichtung	
zusätzlicher Standorte: Beispiele	416
13. Standortklausel bei leichten Nutzfahrzeugen unter	
und über 3,5 t	417
14. Nicht freigestellte Einflussnahme des Lieferanten	418
15. Standortklausel im exklusiven Vertrieb	418

Art. 5 Abs. 3 – Standort einer zugelassenen Werkstatt	419
1. Anwendung und Begriffe	419
2. Regelungsgehalt	419
3. Standortklausel im exklusiven Vertrieb	420
Artikel 6 – Entzug des Vorteils der Verordnung	421
1. Vorbemerkung	421
Art. 6 Abs. 1 – Entzug des Vorteils der Verordnung nach Artikel 7 Absatz 1 der VO Nr. 19/65/EWG durch die Kommission ..	421
1. Herkunft und Geltung	422
2. Zuständigkeit der Kommission, Grundsatz der Verhältnismäßigkeit	422
3. Ermessens-Vorschrift	423
4. Individuelle vertikale Vereinbarung	423
5. Entzug trotz Unterschreitens der Marktanteilsschwellen ...	424
6. Beweislast	424
7. Entscheidung über den Entzug	424
Art. 6 Abs. 1 Buchstabe a) – Entzug auf Grund kumulativer Wirkung	425
1. Ursprung und Anwendung	425
2. Lieferanten, Käufer	426
3. Verantwortliche Unternehmen	426
Art. 6 Abs. 1 Buchstabe b) – Entzug wegen nicht wirksamen Wettbewerbs	427
1. Motive und Bedeutung	428
Art. 6 Abs. 1 Buchstabe c) – Entzug wegen unterschiedlicher Preise oder Lieferbedingungen zwischen räumlichen Märkten ..	428
1. Motive und Begriffe	428
2. Unterschiede zwischen räumlichen Märkten	429
3. Erheblichkeit der Unterschiede	429
Art. 6 Abs. 1 Buchstabe d) – Entzug wegen unterschiedlicher Preise oder Lieferbedingungen innerhalb eines räumlichen Marktes	430
1. Motive und Begriffe	431

2. Preise und Verkaufsbedingungen gegenüber Endverbrauchern	431
Art. 6 Abs. 2 – Entzug des Vorteils der Verordnung nach Artikel 7 Absatz 1 der VO Nr. 19/65/EWG durch die zuständige nationale Behörde	432
1. Herkunft und Motive	432
2. Mitgliedsstaat oder Teil desselben	433
3. Zuständigkeit und Verfahren	433
4. Europäische Wettbewerbsvorschriften als Prüfungsmaßstab	433
Artikel 7 – Nichtanwendung der Verordnung	435
1. Herkunft	435
2. Besondere Brisanz für den Kraftfahrzeugsektor	435
3. Voraussetzung der Nichtanwendbarkeits-Erklärung	436
4. Grundsätze für eine Entscheidung der Kommission	437
5. Ausschluss von Supermärkten als Entscheidungskriterium	438
6. Adressaten der Untersagung	439
7. Inhalt der Verordnung	439
8. Folgen der Verordnung	440
Artikel 8 – Berechnung der Marktanteile	441
1. Vorbemerkung	441
Art. 8 Abs. 1 Satz 1 – Einzelheiten der Berechnung:	
Buchstabe a) Vertrieb neuer Kraftfahrzeuge	441
1. Herkunft und Allgemeine Regel	441
2. Absatzmenge	441
3. Verkäufe des Lieferanten	442
4. Einbezogene Kraftfahrzeuge	443
Art. 8 Abs. 1 Satz 1 – Einzelheiten der Berechnung:	
Buchstabe b) Vertrieb von Ersatzteilen	444
1. Herkunft und Allgemeine Regel	444
2. Absatzwerte	444
3. Lieferanten, Käufer	445
4. Einbezogene Ersatzteile	445

Art. 8 Abs. 1 Satz 1 – Einzelheiten der Berechnung:	
Buchstabe c) Erbringung von Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen	446
1. Herkunft und Allgemeine Regel	446
2. Mitglieder des Vertriebsnetzes des Lieferanten	446
3. Dienstleistungen	447
4. Absatzwerte	447
Art. 8 Abs. 1 Satz 2 – Einzelheiten der Berechnung:	
Absatzmengen, Absatzwerte, Schätzungen	448
1. Grundsätzliches	448
2. Schätzungen	449
Art. 8 Abs. 2 – Regeln für Marktanteilsschwellen von 30% und 40%	449
1. Herkunft	450
2. Buchstabe a): Kalenderjahr	450
3. Buchstabe b): Integrierte Händler	450
4. Buchstabe c): Überschreitung bis 35% bzw. 45%	451
5. Unterschreiten der Schwellen von 30% bzw. 40%	452
6. Buchstabe d): Überschreitung von 35% bzw. 45%	452
7. Unterschreiten der Schwellen von 30% bzw. 40%	452
8. Buchstabe e): Übergangszeit maximal zwei Kalenderjahre ..	452
Artikel 9 – Berechnung des Umsatzes	453
1. Herkunft und Grundsatz	453
Art. 9 Abs. 1 - Gesamtumsatz	453
1. Umsatzermittlung: Regel	453
2. Umsatzermittlung: Ausnahme	454
3. Überschreitung der Umsatzschwellen	454
Art. 9 Abs. 2 – Toleranzgrenze	455
1. Herkunft und Inhalt	455
Artikel 10 – Übergangszeitraum	456
1. Allgemeines	456
2. Geltungsbereich	456

3.	Stichtag	457
4.	Regel: Bestehendes geht neuem Recht vor	459
4.1	Automatischer Schutz	459
4.2	Insbesondere: Keine vorzeitige Geltung günstigerer Klauseln	460
5.	Ausnahme: Neues Recht bricht altes Recht	460
5.1	Kontrahierungszwang	460
5.2	Geltendmachung des Anspruchs	461
6.	Nachsichtige Behandlung durch die Kommission	462
7.	Anpassung, Änderung vertikaler Vereinbarungen	463
7.1	Bedeutung	463
7.2	Spielraum für Anpassungen	464
7.3	Grundsatz der Beachtung der GVO	464
7.4	Grundsatz des geringstmöglichen Eingriffs	466
7.5	Diskriminierungsverbot bei Anpassungen	466
8.	Kündigung	467
9.	Vorgehensweise der Kraftfahrzeuglieferanten in Deutschland	468
Artikel 11 – Überwachung und Bewertungsbericht		470
Art. 11 Abs. 1 – Regelmäßige Überwachung		470
1.	Motive und Herkunft	470
2.	Zu überwachende Märkte	470
3.	Zu überwachende Inhalte	471
4.	Regelmäßigkeit der Überwachung	472
Art. 11 Abs. 2 – Bewertungsbericht		472
1.	Herkunft und Motive	472
Artikel 12 – In-Kraft-Treten und Geltungsdauer		474
1.	Motive	474
2.	Übergangsfrist für das Verbot der Standortklausel	474
3.	Verkürzung der Übergangsfrist	474
4.	Gültigkeitsdauer, Kartellverfahrensverordnung	475
Weiterführende Quellen und Fundstellen		476
Literaturverzeichnis		477
Sachregister		484