



Die Alliance of European Car Dealers and Repairers vertritt und fördert die Interessen von 57.500 Vertragshändlern und Vertragswerkstätten. Diese Unternehmen beschäftigen 1.175.000 Menschen.

Brüssel, 19. April 2022

VBER-Verordnung 330/2010 Überprüfungsreihe

Ergänzendes AECDR-Positionspapier zum *"Entwurf eines neuen Abschnitts über den Informationsaustausch im Rahmen des doppelten Vertriebs"* der Kommission vom 4. Februar 2022 (die Leitlinie)

Im Rahmen der Überarbeitung der Verordnung 330/2010 hat die Europäische Kommission vor kurzem den Entwurf eines neuen Abschnitts ihrer Vertikal-Leitlinien zur Konsultation veröffentlicht, der Vorschläge für den Informationsaustausch im Rahmen von Doppelvertriebsbeziehungen enthält (die Leitlinie). Die Kommission hat insbesondere Beispiele für einen Informationsaustausch vorgeschlagen, der in den Genuss einer Gruppenfreistellung kommen kann bzw. nicht kommen kann. In Anbetracht dieser zusätzlichen Konsultation bietet die AECDR weitere Rückmeldungen zur Anwendung der Leitlinie auf den Automobilsektor an, die im Folgenden dargelegt werden (zusammen mit einigen Hinweisen auf andere einschlägige Fragen, die sich aus der Entwicklung des Marktes ergeben). Die nachstehenden Punkte ergänzen, aber ändern nicht die früheren Stellungnahmen des AECDR zur vorgeschlagenen Ersetzung der Verordnung 330/2010.

Allgemeine Bemerkungen

Nach Ansicht des AECDR sollte die Kommission sich gegen die Annahme wehren, dass in Fällen, in denen der Käufer (im Falle der Automobilindustrie ein Händler) nicht auch im vorgelagerten Bereich (als OEM-Lieferant) tätig ist, die möglichen negativen Auswirkungen einer Vereinbarung zwischen diesen Parteien, die den Wettbewerb im nachgelagerten Bereich einschränken könnte, weniger wichtig sind. Auf Seite 1 der Leitlinie heißt es

Bei einem dualen Vertrieb verkauft ein Anbieter Waren oder Dienstleistungen nicht nur auf der vorgelagerten, sondern auch auf der nachgelagerten Ebene und steht damit im Wettbewerb mit seinen unabhängigen Händlern. Wenn keine Kernbeschränkungen vorliegen und der Abnehmer auf der vorgelagerten Ebene nicht mit dem Lieferanten konkurriert, sind in diesem Fall die potenziellen negativen Auswirkungen der vertikalen Vereinbarung auf das Wettbewerbsverhältnis zwischen Lieferant und Abnehmer auf der nachgelagerten Ebene weniger wichtig als die potenziellen positiven Auswirkungen der vertikalen Vereinbarung auf den Wettbewerb auf der vor- oder nachgelagerten Ebene.

Nach Ansicht des AECDR gibt es im Automobilsektor kaum Anhaltspunkte, die eine solche Annahme stützen. In der Tat zeigt die Wirtschaftsforschung im Automobilsektor, dass der markeninterne Wettbewerb

die wichtigste Triebkraft für das Wohl der Verbraucher ist:

Bezeichnenderweise stellen wir für alle Automodelle außer einem, das wir in unserer empirischen Analyse betrachten, fest, dass der markeninterne Wettbewerb tatsächlich die Neuwagenpreise für die Verbraucher senkt [...und] der Preis

Die aus dem markeninternen Wettbewerb resultierenden Preissenkungen stellen für die Verbraucher von Neuwagen erhebliche relative Einsparungen dar. Außerdem stellen wir fest, dass die Preiseffekte des markeninternen Wettbewerbs im Vergleich zum markenübergreifenden Wettbewerb relativ stark sind.¹

Daraus folgt, dass die in Ziffer 13 des Leitfadens beschriebenen (qualifizierten) Erlaubnisse zwar (weitgehend) unumstritten sind. 13 der Leitlinie beschriebenen (qualifizierten) Genehmigungen zwar (weitgehend) unumstritten oder nützlich sind, aber jede Anleitung, die auf der Annahme beruht, dass der markeninterne Wettbewerb nicht gleichermaßen schützenswert ist, riskiert, die wahre Wettbewerbsdynamik eines äußerst wichtigen Sektors zu übersehen, auf den Millionen von EU-Bürgern in Bezug auf soziale Mobilität und Handel angewiesen sind. In einer Zeit großer wirtschaftlicher Unsicherheit und steigender Energie- und Kraftstoffpreise ist es umso wichtiger, dass andere Dimensionen des Wettbewerbs in diesem Sektor nicht durch die Befürwortung eines Vertriebsmodells (oder von Beschränkungen, die als Teil dieses Modells angewandt werden) gefährdet werden, das Einzelhändlern oder "Händlern" unweigerlich einen tiefgreifenden Wettbewerbsnachteil gegenüber Erstausrüstern verschafft, die sowohl Lieferant als auch (Einzelhandels-)Wettbewerber sind.

Vor diesem Hintergrund fordert die AECDR die Kommission auf, entweder: i) die in Absatz 13 genannten Erlaubnisse enger zu fassen. 13 enger zu fassen; oder, was der AECDR vorzieht, ii) die in Absatz 14 beschriebenen nicht blockfreien Tauschgeschäfte weiter zu fassen.

Es sollte betont werden, dass der AECDR die Schwierigkeiten anerkennt, denen sich die Kommission bei der Anpassung einer allgemeinen Verordnung in einer Weise gegenüberstellt, die Fragen behandelt, die sie als sektorspezifisch ansehen könnte; obwohl er Beispiele aus dem Automobilssektor anführt, ist der AECDR der Ansicht, dass die Fragen von allgemeinerer Bedeutung sind. In jedem Fall fordert die AECDR die Kommission auf, diese Fragen im Rahmen der Überarbeitung der Verordnung 461/2010 erneut zu prüfen.

Datenaustausch zwischen Distributor und Lieferant (Hersteller); Datenaustausch zwischen Fahrzeug und Lieferant (Hersteller)

OEMs beziehen Kundeninformationen aus zwei Quellen: i) dem Händler (der die Beziehung zum Kunden aufbaut und entwickelt) und (zunehmend) ii) dem Fahrzeug selbst.² Die Leitlinie geht auf bestimmte Aspekte dieser Beziehungen ein, aber nach Ansicht des AECDR wären weitere Parameter nützlich, um ein Szenario zu vermeiden, in dem der OEM die dominierende Quelle aller Kundeninformationen ist, was (obwohl es vielleicht einige Vorteile in Bezug auf maßgeschneiderte Angebote bringt) das Potenzial hat, den gesamten markeninternen Wettbewerb und den Mehrwertdienst, der derzeit von den Händlern angeboten wird (zusätzlich zum markenübergreifenden Wettbewerb), auszuschalten. In Anbetracht dieses Grundsatzes empfiehlt der AECDR der Kommission, folgende Änderungen (**fett gedruckt**) in Absatz 14 vorzunehmen 14 vorzunehmen, um die Gefahr von Fehlverhalten oder Fehlinterpretationen zu verringern:

*(b) Kundenspezifische Verkaufsdaten, einschließlich nicht aggregierter Informationen über den Wert und das Volumen der Verkäufe pro Kunde, oder Informationen, mit denen bestimmte Kunden identifiziert werden können, es sei denn, diese Informationen sind in jedem Fall **unbedingt erforderlich**, um den Lieferanten oder Käufer in die Lage zu versetzen, die Vertragswaren oder -dienstleistungen (**auf ausdrückliche Anweisung des Kunden**) an die Anforderungen des Kunden anzupassen oder um Garantie- oder Kundendienstleistungen **in Bezug auf die Vertragswaren oder -dienstleistungen** zu erbringen oder um Kunden **für die Vertragswaren oder -dienstleistungen** im Rahmen einer Alleinvertriebsvereinbarung zuzuweisen (**und in***

¹ Phoenix Centre for Advanced Legal & Economic Public Policy Studies, The Price Effects of Intra-Brand Competition in the Automobile Industry: An Econometric Analysis, März 2015

² Das Potenzial für vernetzte Fahrzeuge zur Übermittlung von Daten (Fahrerprofil, Verhalten, Points of Interest,

Nutzung usw.) aus dem Fahrzeug nimmt radikal zu, wodurch ein ganzheitlicheres Bild des Kunden entsteht, das sowohl die Vorlieben und Bedürfnisse der Kunden nutzen als auch vorhersagen kann. Mit der Weiterentwicklung der Datenübertragungstechnologien wird jedes Fahrzeug in der Lage sein, Tausende von Datenpunkten an die OEMs zu übermitteln, wobei die Fahrzeuge der Zukunft mehr Kundeneinblicke liefern als jeder andere digitale oder physische Touchpoint. Natürlich ist die Bereitschaft der Kunden, diese Daten zu teilen, von entscheidender Bedeutung, da nicht alle Kunden alle von ihren Fahrzeugen gesammelten Daten mit OEMs und dritten Datenaggregatoren teilen möchten. Dies ist ein Grund, warum OEMs zunehmend daran interessiert sind, die Kontrolle über die Kundenschnittstelle auszuüben, insbesondere die Beziehung des Händlers zum Kunden, da dies ihre Fähigkeit verbessert, die absolute Kontrolle über diese Verbindung zu übernehmen.

wenn der Anbieter in jedem Fall angemessene und solide Sicherheitsvorkehrungen getroffen hat, um sicherzustellen, dass die übermittelten Informationen nur für diese Zwecke verwendet werden);

Nach Ansicht des AECDR ist der Datenaustausch in dem oben beschriebenen Szenario am besten geeignet, wenn er für die Warnung, Bewertung und Behebung wichtiger Garantie- oder Sicherheitsprobleme, die für den Gegenstand der ursprünglichen Transaktion (in diesem Fall den Kauf des Fahrzeugs oder des Ersatzteils) relevant sind, unbedingt erforderlich ist. Darüber hinaus sollte in Fällen, in denen der Händler die Quelle dieses Kunden oder der Einführung ist, der Kontakt, der für die Sicherheit oder das ordnungsgemäße Funktionieren des Produkts relevant ist, an den Händler delegiert und von diesem abgewickelt werden).

Ferner sollte der Erstausrüster nicht berechtigt sein, den Händler unter Druck zu setzen oder zu verpflichten, weitreichende Einwilligungen des Kunden in die Nutzung seiner Daten durch den Erstausrüster einzuholen, um eine Beschränkung seiner Nutzung der über einen zulässigen Austausch erhaltenen Daten zu umgehen. Der Händler sollte vom OEM nicht bestraft oder benachteiligt werden, wenn die Erlaubnis, die der Händler vom Kunden für die Verwendung der Kundendaten erhält, diese Verwendung auf reine Gewährleistungs- und Produktsicherheitsfragen durch den OEM beschränkt und jede andere Verwendung durch den OEM oder Weitergabe an Dritte verweigert.

Um eine Beeinträchtigung des nachgelagerten Wettbewerbs zu vermeiden, sollte ein Erstausrüster weder direkt noch indirekt das Recht haben, die Nutzung von Daten durch einen Händler einzuschränken, wenn diese Daten von einem Kunden erhoben wurden (unabhängig davon, ob sie mit dem Erstausrüster geteilt oder ihm zur Verfügung gestellt wurden), sofern diese Nutzung mit den geltenden Datenschutzgesetzen in Einklang steht (auf der Grundlage der vom Kunden erteilten Einwilligungen).

Zusätzliche Kommentare

Auch wenn es sich nicht um die Leitlinie selbst handelt, möchte die AECDR diese Gelegenheit nutzen, um die Kommission an Fragen zu erinnern, die für die Ersetzung der Verordnung 330/2010 und den Entwurf der VBER-Leitlinien (die VBER-Leitlinien) relevant sind.

Übergang von Händler- zu Agenturverträgen

In Fällen, in denen sich OEMs für ein Vertretungsmodell entscheiden (vielleicht zum Teil, um die in der obigen Leitlinie beschriebenen Einschränkungen zu vermeiden) und in denen sie versuchen, Händler von einem Vertriebshändler- zu einem Vertretungsvertrag umzuwandeln, muss das Ausmaß des Risikos, das tatsächlich vom OEM übernommen oder auf ihn übertragen wird, weiter geprüft werden. Nach Ansicht des AECDR wird den OEM im neuen Entwurf der GVO-Leitlinien immer noch ein zu großer Ermessensspielraum eingeräumt, um die Übernahme dieser Risiken mit einer normalen Provision zu belegen, während in Wirklichkeit diese erheblichen vertragspezifischen Investitionsrisiken beim "Vertreter" (oder ehemaligen Händler) verbleiben können.

Der Entwurf der GVO-Leitlinien sollte ein aussagekräftigeres Ausgleichsmodell für marktspezifische Investitionen beschreiben, das sowohl für künftige als auch für frühere Investitionen des Händlers gilt.

Darüber hinaus würden die Bestimmungen von Para. 30 des Entwurfs der GVO-Leitlinien würde einen OEM nicht dazu verpflichten, allgemeine Investitionen in Personal oder Räumlichkeiten zu erstatten, *"die für jede Art von Tätigkeit genutzt werden könnten"*. Auch wenn dies eine gewisse Orientierung bietet, empfiehlt der AECDR, dass in Fällen, in denen - wie im Automobilsektor - Räumlichkeiten ausgewählt, entworfen und gebaut werden, um sehr spezifischen OEM-Standards zu entsprechen, die wiederum mit Personal besetzt sind, das strenge OEM-Auswahlkriterien erfüllen muss, sehr deutlich gemacht werden sollte, dass diese Arten von Investitionen nicht allgemein sind und klar als marktspezifisch gekennzeichnet werden sollten.

Para. 30 der GVO-Leitlinien sieht derzeit auch *"Risiken vor, die mit der Erbringung von Vermittlungsdienstleistungen im Allgemeinen verbunden sind, wie das Risiko, dass das Einkommen des*

Vermittlers von seinem Erfolg als Vermittler abhängt". Auch wenn dieser Grundsatz an sich nicht zu beanstanden ist, muss sich die Kommission darüber im Klaren sein, dass die Erstausrüster in Ermangelung weiterer Leitlinien variable Provisionsmodelle verfolgen werden, die an die Verkaufsleistung und andere Ziele geknüpft sind und die vom Erstausrüster kurzfristig einseitig geändert werden können. Dies wird unweigerlich dazu führen, dass ein Handelsvertreter diese Ziele erfüllen muss, um lebensfähig zu sein und überhaupt eine Chance zu haben, eine Erstattung für vergangene und künftige Investitionsausgaben und andere Fixkosten zu erhalten. Agenten in der

Der Automobilsektor wird daher gezwungen sein, unverhältnismäßig hohe Risiken und Unsicherheiten auf sich zu nehmen, obwohl die OEMs ein Provisionsmodell vorlegen, das fiktiv vergangene und zukünftige Investitionen abdeckt.

Für den Automobilsektor schließlich fordert der AECDR die Kommission auf, sich mit der Frage des Firmenwerts zu befassen (und mit der Frage, wie dieser bewertet und vom OEM erstattet werden sollte). Mit anderen Worten: Beim Übergang zur Handelsvertretung besteht eindeutig die Gefahr, dass der OEM die Kunden- und Interessentendatenbank des Handelsvertreters (oder ehemaligen Händlers), die seinen wichtigsten Vermögenswert darstellt, übernimmt und kontrolliert. Der Wert dieses Vermögenswerts ist beträchtlich und kann nicht einfach dadurch anerkannt werden, dass ein Teil der normalen Provisionszahlungen fiktiv dem vom Vertreter entwickelten Geschäftswert zugeschrieben wird.

Zusammenfassung

Wenn ein Händler einen Vertriebsvertrag mit einem OEM abschließt, tut er dies auf der Grundlage eines Geschäftsplans, der mehrere Variablen berücksichtigt, darunter die erforderliche Investition, die Umsatzrendite oder die Provision, die Stärke der Marke und der Produkte des OEM, die Leistung seines Teams und das Marktgebiet, für das er bestimmt ist.

In der Vergangenheit basierte diese Entscheidung auf der Annahme, dass es eine klare Trennung zwischen den Rollen gibt: Der OEM produziert die Fahrzeuge und liefert sie auf der Großhandelsebene; der Händler verpflichtet sich, sie zu kaufen und auf dem B2C-Markt weiterzuverkaufen.

Dieses Modell ist im Wandel begriffen. Gegenwärtig haben verschiedene Erstausrüster beschlossen, direkt in den Einzelhandelsmarkt einzutreten und von einem traditionellen Vertriebsmodell zu einem dualen Vertriebsmodell überzugehen. Der Händler hat grundsätzlich nichts gegen diesen Wettbewerb einzuwenden; es ist jedoch wichtig - sowohl für die Verbraucher als auch für die Händler -, dass gleiche Wettbewerbsbedingungen gewahrt bleiben und dass die OEM ihre Marktstellung und ihre Macht nicht dazu nutzen, die Händler zu verdrängen (und ihr Wettbewerbsangebot zu kontrollieren), während sie gleichzeitig die Investitionen der Händler zur Unterstützung des Übergangs zu einem weniger wettbewerbsfähigen Modell ausnutzen.

Auf einer sehr grundlegenden Ebene wird das Ergebnis dieser Übergänge die Lebensfähigkeit der bestehenden Verteilungsnetze in der EU zusammen mit dem damit verbundenen Wirtschaftssystem und vielen Arbeitsplätzen in der EU gefährden.

Kontakt:

Allianz der Europäischen Autohändler und Reparaturbetriebe (AECDR)

Antje Woltermann

c/o ZDK Brüssel

Rue Jacques de Lalaing 4

1040 Brüssel

Belgien

+49 173 277 9005

woltermann@aecdr.eu

www.aecdr.eu