



MARKTMACHT DER HERSTELLER

Weckruf aus Österreich

Die Entscheidung des Obersten Gerichtshofes im Nachbarland könnte auch den deutschen Handel dazu bewegen, den Testballons der Hersteller die Grenzen aufzuzeigen.

von Prof. Dr. Tim O. Vogels

Der Oberste Gerichtshof in Österreich hat den Missbrauch der Marktmacht von Peugeot Österreich im Wesentlichen bestätigt. Nachdem das OLG Wien mit Beschluss vom 10. Mai 2020 bereits Peugeot Österreich verpflichtet hatte, bestimmte Praktiken abzustellen (*vergleiche AUTOHAUS 21/2020*), hat nunmehr der oberste Gerichtshof mit Beschluss vom 17. Februar 2021 noch einmal festgestellt, dass Peugeot Österreich gegenüber den Händlern seine Marktmacht missbraucht hat.

Testballons der Hersteller

Bereits in AUTOHAUS 21/2020 ist dargelegt worden, dass die vom OLG Wien beanstandeten Praktiken auch nach deutschem Recht unzulässig sind. Daher ist zwar einerseits die Entscheidung des Obersten Gerichtshofs wenig überraschend, andererseits ist es jedoch verwunderlich, dass sich in Deutschland kein Widerstand gegen die

„Machenschaften“ der Hersteller und Importeure regt. Gerade die Themen Herstelleraktionen sowie Stundenverrechnungssätze stellen auch in Deutschland ein wirtschaftliches Problem dar. Vielleicht ist es ja kein Zufall, dass Mercedes-Benz nach dem Pilotprojekt in Schweden ein echtes Agentursystem erstmals seit Beginn dieses Jahres in Österreich umsetzt.

In Deutschland machen die Hersteller und Importeure nicht nur weiter so wie bisher. Ganz im Gegenteil: Offensichtlich durch Corona beschleunigt, versuchen die Hersteller und Importeure anscheinend ganz bewusst ihre Grenzen auszuloten. Wie anders kann es sein, dass immer mehr Hersteller und Importeure entweder für einzelne Modellreihen, insbesondere auch hinsichtlich einzelner Antriebsarten (E-Auto), Direktvertriebssysteme testen, die flächendeckend unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt zulässig wären? Teilweise wird sogar ganz offen kommuniziert,

dass man zukünftig nur noch im Direktvertrieb verkaufen will. Oder es werden Aktionen gestartet, bei denen die Händlerbeteiligung größer ist als die gewährte Grundmarge. Natürlich verändert sich der Markt und auch der Handel muss sich sich ändernden Gegebenheiten anpassen. Allerdings ist es verwunderlich, dass die Herstel-

KURZFASSUNG

Der Oberste Gerichtshof Österreichs löst in seiner aktuellen Entscheidung zu Peugeot fast sämtliche Fragestellungen mit Hilfe des europäischen Kartellrechts. Zudem stützen sich die Richter sowohl auf deutsche Rechtsprechung als auch auf deutsche Literatur. Was sollte daher deutsche Händler daran hindern, entsprechende Machenschaften deutscher Hersteller oder Importeure nicht genauso anzuprangern, wie es der österreichische Händler getan hat?



ler und Importeure Wege beschreiten, die – um es vorsichtig auszudrücken – zumindest rechtlich bedenklich sind.

Die Entscheidung des Obersten Gerichtshofes könnte daher auch für den deutschen Handel ein Weckruf sein, den Testballons der Hersteller die Grenzen aufzuzeigen.

Marktbherrschende Position

So ist es vielleicht ein schöner Zufall, dass der Oberste Gerichtshof bei der Frage der Marktabgrenzung ausdrücklich auch auf die Jaguar- und Land Rover-Entscheidungen des BGH zum Zulassungsanspruch zum Werkstattssystem Bezug nimmt. Insofern führt der Oberste Gerichtshof aus, dass davon auszugehen sei, dass der durchschnittliche Peugeot-Kunde auch nach Ablauf der Garantiezeit eher Wert darauf legen wird, sein Auto von einer Peugeot-Werkstatt instand halten zu lassen (Randnummer 166 der Entscheidung) und daher von einer Marktbherrschung auszugehen ist.

Konditionenmissbrauch

Auch hinsichtlich der Annahme eines Konditionenmissbrauchs hebt der Oberste Gerichtshof nicht in erster Linie auf österreichisches Recht an, sondern in erster Linie europäisches Recht, Art. 102 AEUV, und stützt seine Auffassung durch ein Zitat des deutschen Standardwerkes zum Kartellrecht (Rn. 169).

Erfreulich pragmatisch bewertet der Oberste Gerichtshof in diesem Zusam-

menhang die Auswirkungen von Aktionen auf die Verdienstmöglichkeiten des Handels. Dass Aktionen eines Herstellers Auswirkungen auf den „normalen“ Verkaufspreis des beworbenen Modells haben, dürfte auch in Deutschland niemand ernsthaft bestreiten wollen. Denn ein Kunde wird wohl kaum bereit sein, einen höheren Preis als den Aktionspreis zu zahlen, unabhängig ob der betreffende Händler an der Aktion teilnimmt oder nicht. Der Oberste Gerichtshof hat jedoch erkannt, dass derartige Aktionen auch mittelbar Auswirkungen auf die Zielerreichung und damit auf weitere Vergütungsbestandteile haben können. Zwar hat der Oberste Gerichtshof diesbezüglich den Fall wieder an das OLG Wien zurückverwiesen, da das OLG Wien nicht ermittelt hat, welchen Umfang die Aktionen hatten. Auf den Einwand, dass Aktionen eine „vollkommen übliche Praktik des Wirtschaftslebens“ seien, führt der Oberste Gerichtshof trocken aus, dass dies zwar sein mag, aber nichts über die kartellrechtliche Zulässigkeit aussage.

Verkauf durch Niederlassungen

Der Oberste Gerichtshof sieht einen weiteren Marktmissbrauch darin, dass ein Hersteller oder Importeur Fahrzeuge auch über Niederlassungen vertreibt, wenn er die Verluste der Niederlassung ausgleicht (Rn. 215). Auch dies ist eigentlich mehr als nachvollziehbar. Schließlich macht der Hersteller oder Importeur, der selbst oder über Tochtergesellschaften Fahrzeuge an Endkunden verkauft, seinen Händlern unmittelbar Konkurrenz. Dies sei missbräuchlich, wenn die Niederlassungen Verluste erzielen. Hierbei kommt es nach Auffassung des Obersten Gerichtshofes noch nicht einmal darauf an, ob die Verluste darauf beruhen, dass die Niederlassung besonders niedrige Endkundenpreise anbietet. Entscheidend ist auch hier, dass die Händler sich keine Verluste leisten können, sondern darauf angewiesen sind, wirtschaftlich zu arbeiten.

Unrentable Garantievergütung

Ein ständiger Streit auch in Deutschland ist die Garantievergütung. Teilweise wird eingewendet, dass die Garantiestundenverrechnungssätze unzureichend seien, teilweise werden die vom Hersteller in Ansatz gebrachten Arbeitswerte als unrealistisch angesehen. Der Oberste Gerichtshof löst auch diesen Konflikt pragmatisch:

Der Händler habe ein berechtigtes Interesse daran, das Gewährleistungs- und Garantieverprechen, das der Hersteller gegenüber den Kunden abgibt, nicht als Verlustgeschäft zu seinen Lasten durchführen zu müssen (Rn. 227). Dementsprechend komme es darauf an, dass der Händler seinen Aufwand ersetzt verlangen kann – und zwar unabhängig von einem bestimmten Stundensatz oder von Arbeitswerten. Ausdrücklich führt der Oberste Gerichtshof dabei auch aus, dass auch der Aufwand des Händlers z. B. durch Ausfüllen und Ausdrucken von Prüfungsprotokollen mit berücksichtigt werden muss.

Pauschale Schulungskosten

Ebenfalls einen Konditionenmissbrauch erkennt der Oberste Gerichtshof darin, dass Peugeot den Händlern pauschale Schulungskosten in Rechnung gestellt hat. Darin waren auch Kosten für Mystery Shopping, Mystery Leads und Standard-Audit enthalten. Der Oberste Gerichtshof führt insoweit aus, dass es Peugeot nur aufgrund der marktbeherrschenden Stellung möglich gewesen ist, die Kosten für die Schulungen auf die Händler zu übertragen (Rn. 241).

Konsequenzen

Bemerkenswert an dem Beschluss des Obersten Gerichtshofes ist, dass er fast sämtliche Fragestellungen mit Hilfe des europäischen Kartellrechts löst. Zudem stützt sich der Oberste Gerichtshof hierbei sogar sowohl auf deutsche Rechtsprechung als auch auf deutsche Literatur. Was sollte daher deutsche Händler daran hindern, entsprechende Machenschaften deutscher Hersteller oder Importeure nicht genauso anzuprangern, wie es der österreichische Händler getan hat? Denn unabhängig davon, wohin die Veränderungen den Automobilvertrieb führen werden, eines gilt für jeden Weg: Er muss sich im Rahmen des rechtlich Zulässigen bewegen. ■



Prof. Dr. Tim O. Vogels ist Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht sowie Fachanwalt für Arbeitsrecht. 2014 wurde er zum ordentlichen Professor an der Hochschule Fresenius für Wirtschaft und Medien GmbH berufen.