II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 21. Dezember 1993

in einem Verfahren nach Artikel 85 des EG-Vertrages

(IV/29.420 — Grundig-EG-Vertriebsbindung)

(Nur der deutsche Text ist verbindlich)

(94/29/EG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung Nr. 17 des Rates vom 6. Februar 1962, erste Durchführungsverordnung zu den Artikeln 85 und 86 des Vertrages (1), zuletzt geändert durch die Akte über den Beitritt Spaniens und Portugals, insbesondere auf die Artikel 6 und 8,

im Hinblick auf den von der Grundig AG am 12. Januar 1989 gestellten Antrag auf Verlängerung der Freistellung,

im Hinblick auf die Veröffentlichung des wesentlichen Inhalts der Anmeldung gemäß Artikel 19 Absatz 3 der Verordnung Nr. 17 (2),

nach Anhörung des Beratenden Ausschusses für Kartell- und Monopolfragen,

in Erwägung nachstehender Gründe :

A. SACHVERHALT

(1) Durch ihre Entscheidung 85/404/EWG (3) hat die Kommission die von der Firma Grundig AG am 29. März 1977 angemeldete EG-Vertriebsbindung für Geräte der Unterhaltungselektronik bis zum 28. März 1989 freigestellt. Mit Antrag vom 12. Januar 1989 hat die Firma Grundig AG die Verlängerung der Freistellung beantragt.

(1) ABl. Nr. 13 vom 21. 2. 1962, S. 204/62.
(2) ABl. Nr. C 181 vom 17. 7. 1992, S. 3.
(3) ABl. Nr. L 233 vom 30. 8. 1985, S. 1.

I. Der Markt

(2) Der Markt für Geräte der Unterhaltungselektronik ist durch regen Wettbewerb gekennzeichnet, bedingt durch eine große Zahl von Herstellern mit unterschiedlichen Vertriebsstrategien und eine rasch fortschreitende technische Entwicklung, die zu ständigen technischen Neuerungen führt. Seit Beginn der 80er Jahre drängen vor allem fernöstliche Hersteller auf den europäischen Markt, was nicht nur zu heftigem Preiswettbewerb und abnehmenden Preisen führte, sondern auch zu sinkenden Marktanteilen europäischer Hersteller.

(3) Gleichzeitig ist auf Handelsebene nicht nur eine fortschreitende Konzentration zu verzeichnen, sondern auch ein Trend zu neuen Vertriebsformen, insbesondere den sogenannten „Cash and Carry"-Großmärkten. Im Unterschied zum spezialisierten Fachhandel bieten diese Betriebe dem Verbraucher weder Beratung noch Kundendienst. Aus diesem Grund und auch wegen der mit Großmärkten, insbesondere Ketten solcher Märkte, verbundenen Betriebsgrößenvorteile arbeiten diese Unternehmen mit Preisen, die unabhängige kleine und mittelständische Händler nicht anbieten können. Dementsprechend werden viele dieser Händler vom Markt verdrängt, was wiederum eine weitere Konzentration des Handels zur Folge hat.

(4) Diese Entwicklung im Handel bietet sowohl für Verbraucher als auch für Hersteller gewisse Nachteile. Die Verbraucher profitieren zwar einerseits von sinkenden Preisen, andererseits verlieren

sie jedoch die mit dem spezialisierten Fachhandel verbundenen Vorteile, insbesondere Kundennähe, Beratung durch fachkundiges Personal und Kundendienst, was angesichts ständiger technischer Neuerungen für viele Verbraucher zunehmend wichtiger wird. Für Hersteller wird es demgegenüber schwieriger, ein dichtes Netz spezialisierter Händler aufzubauen, die alle im Interesse der Kunden erforderlichen Leistungen — insbesondere auch in ländlichen Gebieten — erbringen und sich gleichzeitig für einen optimalen Absatz der betreffenden Marke einsetzen.

(5) Selektive Vertriebssysteme für Geräte der Unterhaltungselektronik sind in den einzelnen Mitgliedstaaten der Gemeinschaft unterschiedlich verbreitet. In Deutschland sind sie traditionell häufiger als in anderen Mitgliedstaaten. Jedoch setzen auch in Deutschland, wie in anderen Mitgliedstaaten, viele Hersteller ihre Geräte ohne Vertriebsbindungen ab. Soweit Vertriebsbindungen praktiziert werden, sind sie teilweise unterschiedlich ausgestaltet. Mehrere der bei der Kommission angemeldeten Vertriebssysteme sind zudem nur nationaler Art und erstrecken sich nicht auf andere Mitgliedstaaten. Insgesamt hat sich die Zahl der angemeldeten Vertriebssysteme seit der ursprünglichen Freistellung der Grundig-EG-Vertriebsbindung im Jahre 1985 nicht wesentlich erhöht. Da selektive Vertriebssysteme für die Hersteller mit erheblichen Kosten (Verwaltung und Überwachung, Betreuung und Schulung der Händler usw.) verbunden sind, scheint der Anreiz zur Einführung neuer Systeme nur gering.

II. Grundigs Marktstellung und Vertriebsstruktur

(6) Die Firma Grundig AG (nachfolgend Grundig) mit Sitz in Fürth, Deutschland, gehört mit einem Umsatz von annähernd 4,23 Milliarden DM im Geschäftsjahr 1991/92 zu den führenden Herstellern von Geräten der Unterhaltungselektronik in Europa. Auf Gemeinschaftsebene belaufen sich ihre Marktanteile bei den wichtigsten Umsatzträgern — Farbfernsehgeräten und Videorekordern — auf etwa 9,5 % bzw. 5,3 %. In einzelnen Mitgliedstaaten sind die Anteile bedeutend höher und erreichen bei Farbfernsehgeräten in Deutschland 14,3 %, in Italien 10,9 % und in Portugal 17,5 %, bzw. bei Videorekordern in Deutschland 9,8 %, in Italien 6,4 % und in Portugal 8,9 %. Vergleichsweise verfügen die bedeutendsten Konkurrenten — bei Farbfernsehgeräten Thomson und Sony — auf Gemeinschaftsebene über Marktanteile von 15 % bzw. 11 % und — bei Videorekordern die Matsushita-Gruppe — über etwa 16 %.

(7) Die industrielle Führung der Grundig AG liegt seit dem 1. April 1984 bei der Firma Philips Electronics, Eindhoven, Niederlande, die bisher über etwa 40 % der Anteile an Grundig verfügte und unlängst die Gesamtheit der Anteile übernommen hat. Philips ist in Europa der führende Hersteller von Geräten der Unterhaltungselektronik und verfügt auf Gemeinschaftsebene über einen Marktanteil von 17 % für Farbfernsehgeräte und 8,7 % für Videorekorder (jeweils ohne Berücksichtigung der Marktanteile von Grundig). In einzelnen Mitgliedstaaten sind die Marktanteile höher und belaufen sich bei Farbfernsehgeräten in den Niederlanden auf 24,1 % und in Belgien auf 19,5 %, bzw. bei Videorekordern in den Niederlanden auf 18,5 % und in Belgien auf 11,3 %. Grundig und Philips vertreiben ihre Geräte bisher voneinander unabhängig und auf unterschiedlichen Vertriebswegen, wobei Philips im Gegensatz zu Grundig kein europaweites selektives Vertriebssystem unterhält.

(8) Grundig vertreibt ihre Erzeugnisse über ausgewählte Fachgroß- und Facheinzelhändler, die in Deutschland direkt von Grundig, in anderen Mitgliedstaaten von Alleinvertriebshändlern — zum Teil Tochtergesellschaften von Grundig — beliefert werden. Insgesamt gehören dem Vertriebsnetz etwa 29 000 Facheinzelhändler in der Gemeinschaft an. Das Vertriebsnetz ist am dichtesten in Deutschland mit rund 16 000 Händlern. In Deutschland und in Dänemark vertreibt Grundig ihre Erzeugnisse außerdem im Rahmen spezieller Verträge mit drei Vereinigungen mittelständischer Facheinzelhändler, die von Grundig exklusiv mit bestimmten Geräteprogrammen beliefert werden. Diese Verträge sind Gegenstand einer gesonderten Anmeldung und eines gesonderten Verfahrens, in dem die Ermittlungen der Kommission bisher noch nicht abgeschlossen sind.

(9) Die Preise für Grundigprodukte — wie die anderer Hersteller von Geräten der Unterhaltungselektronik — variieren von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat. Die Gründe hierfür sind unter anderem in unterschiedlichen technischen Normen, unterschiedlichen Vertriebskosten und unterschiedlichen Steuersätzen zu finden. Innerhalb ein und desselben Mitgliedstaats weisen die Preise infolge eines lebhaften Preiswettbewerbs der Händler ebenfalls erhebliche Schwankungen auf.

III. Das Grundig-Vertriebssystem

1. *Die Grundig-EG-Vertriebsbindung für den Einzelhandel*

(10) Nach der Grundig-EG-Vertriebsbindung für den Einzelhandel wird ein Händler zum Vertriebssystem zugelassen, wenn er unter anderem folgende Qualifikationsmerkmale erfüllt:

— Er muß ein auf den Verkauf von Geräten der Unterhaltungselektronik spezialisiertes Einzelhandelsfachgeschäft unterhalten oder eine hierauf spezialisierte Fachabteilung (z.B. im Rahmen eines warenhausähnlichen Einzelhandelsbetriebs) oder spezialisierte sonstige Vertriebseinrichtungen, sofern diese spezialisierten Facheinzelhandelsgeschäften vergleichbar sind und im betreffenden Vertriebsland unter Berücksichtigung ihrer

Bedeutung und Absatzmöglichkeiten flächendeckend vertreten sind. Letztere, zu Beginn des Jahres 1992 eingeführte Klausel, ermöglicht erstmals die Zulassung von Versandhäusern, sofern diese Facheinzelhandelsgeschäften vergleichbare spezialisierte Vertriebsstellen unterhalten. Der Vertrieb ohne Vorführ-, Beratungs- und Kundendiensteinrichtungen ist nicht gestattet.

— Das Fachgeschäft, die Fachabteilung oder Vertriebseinrichtung müssen während der üblichen Einzelhandelsöffnungszeiten ohne besondere Legitimation oder Bemühungen allgemein zugänglich sein. Die Verkaufsräume, in denen Grundig-Geräte repräsentativ ausgestellt und vorzuführen sind, müssen in ihrem Erscheinungsbild dem Ansehen der Marke Grundig gerecht werden.

— Der Händler muß über geschultes Verkaufspersonal mit technischen Kenntnissen für eine sachgemäße Beratung der Kunden verfügen.

— Er muß das Grundig-Verkaufsprogramm so vollständig, wie es für die Größe des Fachgeschäftes oder der Fachabteilung erforderlich ist, führen und ein angemessenes Lager mit einem repräsentativen Querschnitt aus dem jeweiligen Grundig-Verkaufsprogramm unterhalten, entsprechend der Größe des Fachgeschäfts, der Fachabteilung oder der Vertriebseinrichtung.

— Er muß die sach- und fristgerechte Durchführung aller anfallenden Garantie- und Kundendienstleistungen sicherstellen, sei es in eigener Werkstatt, sei es durch eine aufgrund eines ständigen Vertragsverhältnisses verbundene Vertragswerkstatt.

(11) Grundig verpflichtet sich, Grundig-Geräte nur an zugelassene Facheinzelhändler zu liefern, die von ihr belieferten Fachgroßhändler ebenfalls einer solchen Verpflichtung zu unterwerfen und die Lückenlosigkeit des Systems zu gewährleisten. Sind die Fachhandelskriterien erfüllt, erfolgt die Zulassung eines Händlers binnen vier Wochen nach Eingang des Antrags bei Grundig. Falls nach Ablauf dieser Frist nicht über den Antrag entschieden ist, gilt die Zulassung als erteilt. Die Zulassung kann auch durch Fachgroßhändler erfolgen. In diesem Fall behält Grundig sich vor, das Vorliegen der Fachhandelskriterien selbst zu überprüfen und bei deren Nichtvorliegen den vom Fachgroßhändler mit dem Facheinzelhändler geschlossenen Vertriebsbindungsvertrag fristlos zu kündigen. Alle zugelassenen Händler werden in die Facheinzelhändlerliste eingetragen. Diese Liste wird einem Treuhänder überlassen, der zur Beantwortung von Anfragen über die Zugehörigkeit von Händlern zum Grundig-Vertriebssystem verpflichtet ist.

(12) Im Hinblick darauf, daß die Vertriebsbindung für den gesamten Gemeinsamen Markt gilt, hat Grundig sich das Recht vorbehalten, entsprechend den jeweiligen Landesgegebenheiten von einzelnen Zulassungskriterien landeseinheitlich abzusehen. Das gilt jedoch nicht für die Anforderungen betreffend das Vorliegen eines spezialisierten Facheinzelhandelsgeschäfts oder einer vergleichbaren Vertriebsform, für den Betrieb eines Ladengeschäftes, die repräsentative Ausstellung und Vorführung von Grundig-Geräten, die Beschäftigung geschulten Verkaufspersonals und die Durchführung von Garantie- und Kundendienstleistungen.

(13) Die Verkaufsbemühungen von Grundig-Facheinzelhändlern sollen sich auf den Endverbraucher konzentrieren. Innerhalb des Gemeinsamen Marktes und innerhalb von Ländern, die aufgrund eines mit der Gemeinschaft abgeschlossenen Freihandelsabkommens den zollfreien Warenaustausch mit den Mitgliedstaaten der Gemeinschaft garantieren, dürfen jedoch auch Wiederverkäufer beliefert werden, sofern sie in der Grundig-Facheinzelhändlerliste (siehe Randnummer 10) eingetragen sind. In diesem Fall sind Käufer, Kaufdatum und Gerätenummer der gelieferten Ware festzuhalten und Grundig auf Verlangen mitzuteilen, wenn die Kontrolle des Vertriebsweges aus technischen Gründen, insbesondere bei etwaigen Serienfehlern, oder wegen begründeten Verdachts einer Verletzung der EG-Vertriebsbindung erforderlich erscheint.

(14) Den Einzelhändlern ist es untersagt, durch Werbung und Geschäftsgebaren Zweifel an ihrer ausschließlichen Zugehörigkeit zur Einzelhandelsstufe aufkommen zu lassen. Es ist ihnen ferner nicht gestattet, im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Grundig-Geräten in irreführender Weise mit Ausdrücken wie „Abhol-, Selbstbedienungs- oder Mitnahmepreisen" zu werben.

(15) Grundig behält sich das Recht vor, jederzeit das Vorliegen der Vertriebsbindungsvoraussetzungen zu überprüfen und bei Nichtvorliegen den Vertriebsbindungsvertrag zu kündigen. Bei schwerwiegenden Verstößen gegen den Vertriebsbindungsvertrag kann Grundig eine befristete Liefersperre aussprechen, bei wiederholten Verstößen auch eine unbefristete Liefersperre, unter gleichzeitiger fristloser Kündigung. In Fällen unlauteren Wettbewerbs kann eine Liefersperre nur ausgesprochen werden, wenn der Verstoß entweder unbestritten oder gerichtlich festgestellt ist. Als gerichtliche Feststellung gilt auch eine einstweilige Verfügung, gegen die kein Widerspruch eingelegt ist. Zu einer ordentlichen Kündigung ist Grundig nur bei Aufgabe des Vertriebssystems berechtigt.

2. *Die Grundig-EG-Vertriebsbindung für den Fachgroßhandel*

(16) Nach der Grundig-EG-Vertriebsbindung für den Großhandel wird ein Großhändler zum Vertriebssystem zugelassen, wenn er unter anderem folgende Kriterien erfüllt:

— Er muß eine Großhandlung betreiben, die auf den Verkauf von Erzeugnissen der Unterhaltungselektronik spezialisiert ist, oder eine hierauf spezialisierte Fachabteilung unterhalten, die einer spezialisierten Großhandlung entspricht.

— Er muß über geschultes Personal mit technischen Kenntnissen verfügen und einen qualifizierten Außendienst für die sachgemäße Beratung seiner Kunden unterhalten.

— Er muß über die organisatorischen und vermögensmäßigen Voraussetzungen verfügen, um nach Möglichkeit Erzeugnisse des gesamten Grundig-Programms zu führen und vorrätig zu halten und um eine fristgerechte Belieferung der Abnehmer sicherzustellen.

(17) Grundig verpflichtet sich, nur solche Fachgroßhändler zu beliefern, die die genannten Kriterien erfüllen und die Lückenlosigkeit des Systems zu gewährleisten. Je nach Landesgegebenheiten behält Grundig sich vor, von einzelnen Voraussetzungen landeseinheitlich abzusehen. Das gilt nicht für die Voraussetzungen für das Vorliegen einer spezialisierten Fachgroßhandlung und das Vorhandensein geschulten Personals. Hinsichtlich Zulassung und Beendigung des Vertrages und Vertragsverletzungen gelten die Regeln für Facheinzelhändler entsprechend.

(18) Fachgroßhändler dürfen innerhalb des Gemeinsamen Marktes und innerhalb von Ländern, die mit der Gemeinschaft ein Freihandelsabkommen abgeschlossen haben, nur anerkannte Wiederverkäufer beliefern oder von ihnen Geräte beziehen. Endverbraucher dürfen nur beliefert werden, wenn sie einen Gewerbebetrieb unterhalten, die Ware für eigene gewerbliche Zwecke des Betriebs beziehen und dies durch Unterzeichnung eines Zusatzreverses in objektiv nachprüfbarer Weise belegen.

IV. Garantieregelungen

(19) Grundig hat bisher keine vertragliche Herstellergarantie für ihre Geräte gegenüber den Endverbrauchern übernommen, so daß diese auf ihre gesetzlichen Garantieansprüche angewiesen sind, die in den Mitgliedstaaten teilweise unterschiedlich geregelt sind. Soweit dies bei grenzüberschreitenden Garantiefällen zu Schwierigkeiten führte, wurden diese überwiegend im Kulanzwege beigelegt. Grundig beabsichtigt nunmehr jedoch, innerhalb der Gemeinschaft eine einheitliche, europaweite, vertragliche Vollgarantie einzuführen und hat mit dem Aufbau eines entsprechenden technischen Netzes begonnen. Auf Veranlassung der EG-Kommission hat sich Grundig ferner verpflichtet, bis zur vollständigen Einführung der europaweiten Vollgarantie sicherzustellen, daß Verbraucher Garantieleistungen im Mitgliedstaat ihres Wohnsitzes auch dann in Anpruch nehmen können, wenn sie das betreffende Gerät in einem anderen EG-Mitgliedstaat erworben haben, und hat an alle Tochtergesellschaften und Alleinvertriebshändler in den verschiedenen Mitgliedstaaten eine entsprechende Anweisung erteilt. Für den Umfang der Garantie ist der im Kaufland gewährte Anspruch maßgeblich.

V. Bemerkungen Dritter

(20) Im Anschluß an die Veröffentlichung des wesentlichen Inhalts des angemeldeten Vertriebssystems hat die Kommission drei Stellungnahmen betroffener Dritter erhalten. Im ersten Fall handelt es sich um ein Unternehmen, das eine Anzahl von Selbstbedienungsgroßhandelsmärkten nach dem sogenannten „Cash and Carry"-System betreibt und sich dagegen wendet, daß Großhändler über einen qualifizierten Außendienst verfügen müssen. Danach wird dieses Kriterium als den heutigen Marktverhältnissen im Bereich der Unterhaltungselektronik nicht mehr angemessen angesehen, da es zum Ausschluß moderner Vertriebsformen führe, ohne durch produktspezifische Besonderheiten gerechtfertigt zu sein. Weiter wird kritisiert, daß Endverbraucher von Großhändlern nur beliefert werden dürfen, wenn sie einen Gewerbebetrieb unterhalten, die Ware für eigene gewerbliche Zwecke des Betriebs beziehen und dies durch Unterzeichnung eines Zusatzreverses in objektiv nachprüfbarer Weise belegen. Nach Meinung des betroffenen Unternehmens soll es in Fällen, in denen die Ware von ihrer Art und Beschaffenheit her im Gewerbebetrieb des Kunden verwendbar ist, keiner Unterzeichnung eines Zusatzreverses bedürfen.

(21) Im zweiten Fall handelt es sich um eine Einkaufszentrale kleiner und mittelständischer Händler der Unterhaltungselektronik, die sich dagegen wendet, daß Händler bei Verkäufen an andere zugelassene Händler Kaufdatum und Gerätenummer der gelieferten Ware festhalten und Grundig in begründeten Fällen mitteilen müssen. Dadurch werden ihrer Auffassung nach Parallelimporte zwischen den Mitgliedstaaten erschwert, da zu befürchten sei, daß Grundig auf die betreffenden Händler Druck ausübe.

(22) Der dritte Fall betrifft ein französisches Unternehmen, das nur Endverbraucher beliefert, die bestimmten Unternehmen oder öffentlichen Verwaltungen angehören und sich durch Vorlage eines Berechtigungsausweises legitimieren müssen. Grundig hatte die Aufnahme dieses Unternehmens

in das Vertriebssystem zunächst abgelehnt, da gemäß den Zulassungskriterien das Ladengeschäft ohne besondere Legitimation zugänglich sein muß. Da Geschäfte mit Berechtigungsausweis nach französischer Praxis und Rechtsprechung jedoch als angemessene Vertriebsform angesehen werden, wird Grundig von der Möglichkeit Gebrauch machen, je nach Landesgegebenheiten auf bestimmte Zulassungskriterien zu verzichten (siehe oben Randnummer 12) und das betreffende Unternehmen in das Vertriebssystem aufnehmen.

B. RECHTLICHE BEURTEILUNG

I. Artikel 85 Absatz 1

1. *Vertragsklauseln, die den Wettbewerb nicht beschränken*

(23) Die dem Grundig-Vertriebssystem zugrundeliegenden Verträge mit Groß- und Einzelhändlern stellen im wesentlichen einfache Fachhandelsbindungen dar. Die darin enthaltenen Zulassungskriterien werden überwiegend als solche nicht von Artikel 85 Absatz 1 erfaßt, da sie qualitativer Art sind und ohne Diskriminierung angewendet werden, das heißt alle Händler zugelassen werden, die die betreffenden Kriterien erfüllen. Das gilt im einzelnen für folgende Klauseln :

(24) a) Die Anforderungen an die fachliche Qualifikation der Grundig-Händler, die Fachkenntnisse des Verkaufspersonals, die Erbringung von Garantie- und Kundendienstleistungen und die Beschaffenheit der Verkaufsräume rechtfertigen sich durch die produktspezifischen Bedürfnisse des Vertriebs technisch anspruchsvoller Geräte der Unterhaltungselektronik. Der hohe Innovationsgrad der Unterhaltungselektronik, die ständige Entwicklung neuer Geräte und die Ausweitung der Anwendungsmöglichkeiten bestehender Geräte erfordern für viele Kunden eine sachgemäße Beratung unter Vorführung der Geräte durch geschultes Verkaufspersonal und in hierfür ausgestatteten Räumen. Aus diesem Grund ist es auch gerechtfertigt, daß soweit Versandhäuser zum Vertrieb zugelassen werden, diese über Vertriebseinrichtungen, das heißt Räumlichkeiten verfügen müssen, die spezialisierten Facheinzelhandelsgeschäften vergleichbar sind und im betreffenden Vertriebsland flächendeckend vertreten sind, wodurch der reine Versandhandel ohne Vorführ-, Beratungs- und Kundendiensteinrichtungen ausgeschlossen wird. Kunden von Versandhäusern haben somit, ebenso wie Kunden von Facheinzelhändlern die Möglichkeit, sofern sie dies wünschen, die betreffenden Serviceleistungen in Anspruch zu nehmen.

(25) b) Aus wettbewerbsrechtlicher Sicht nicht zu beanstanden ist auch, daß das Fachgeschäft grundsätzlich während der üblichen Einzelhandelsöffnungszeiten frei zugänglich sein muß. Das entspricht dem üblichen Bild des Einzelhandels, der seiner Funktion nach zur Versorgung der Gesamtbevölkerung bestimmt ist, ohne bestimmte Käuferkreise je nach ihrer Zugehörigkeit zu bestimmten Berufsgruppen oder Bevölkerungsschichten zu privilegieren und andere Käufer auszuschließen. Soweit allerdings in einzelnen Mitgliedstaaten Betriebe, die nur bestimmten Käufergruppen offenstehen, einer herkömmlichen und vom nationalen Recht ausdrücklich gebilligten Vertriebsform entsprechen, ist es zulässig, wenn Grundig dort auf dieses Erfordernis verzichtet.

(26) c) Sachlich gerechtfertigt ist es auch, daß die Großhändler in der Regel einen qualifizierten Außendienst erbringen müssen. Damit der Einzelhändler seine vertraglichen Beratungs- und Serviceverpflichtungen gegenüber dem Verbraucher erfüllen kann, bedarf er seinerseits einer sachgerechten Information und Betreuung durch die Großhändler. Dazu ist ein qualifizierter Außendienst erforderlich, insbesondere zur Betreuung kleiner Facheinzelhandelsbetriebe in ländlichen Gebieten. Dabei ist unbeachtlich, daß generell der traditionelle Fachgroßhandel an Bedeutung verloren hat und Facheinzelhändler ihre Waren heute häufig über andere Vertriebsformen — Direktvertrieb des Herstellers und Einkaufskooperationen — beziehen, wobei häufig keine produktspezifische Beratung erfolgt. Im Rahmen eines selektiven Vertriebssystems erscheint es jedenfalls sachgerecht, eine produktspezifische Beratung und Betreuung auf allen Vertriebsstufen zu gewährleisten, was entsprechende Anforderungen an die Großhändler rechtfertigt.

(27) Dem steht auch nicht entgegen, daß Grundig sich das Recht vorbehalten hat, in einzelnen Mitgliedstaaten je nach Landesgegebenheiten auf dieses Kriterium zu verzichten. Soweit der Großhandel in einzelnen Mitgliedstaaten generell auf eine reine Verteilerfunktion beschränkt ist, wäre es unverhältnismäßig, dort eine Umstrukturierung zu verlangen. Soweit dagegen der Großhandel in anderen Mitgliedstaaten traditionell Beratungs- und Betreuungsleistungen gegenüber dem Facheinzelhandel erbringt, ist es angemessen, daß dem Großhandel im Interesse eines service-orientierten Vertriebssystems eine Beibehaltung dieser Leistungen abverlangt wird. Eine völlige Ausschaltung neuer Vertriebsformen wie der „Cash- and Carry"-Märkte ist hiervon nicht zu befürchten, da genügend andere Hersteller ihre Geräte über solche Betriebe vertreiben.

(28) d) Das Verbot, nicht anerkannte Händler zu beliefern, dient dazu sicherzustellen, daß Grundig-Geräte nur von fachlich geeigneten Händlern vertrieben werden, die insbesondere die erforderlichen Beratungs- und Serviceleistungen erbringen, und ist deshalb wettbewerbsrechtlich unbedenklich.

(29) Die Belieferung anerkannter Händler ist innerhalb des Gemeinsamen Marktes ausdrücklich für zulässig erklärt, womit insbesondere Parallelimporte zwischen einzelnen Mitgliedstaaten der Gemeinschaft mit unterschiedlichem Preisniveau ermöglicht werden. Es ist nicht zu beanstanden, daß der Händler beim Verkauf an Wiederverkäufer den Käufer, das Kaufdatum und die Gerätenummern der gelieferten Waren festhalten und Grundig auf Verlangen hierüber Auskunft erteilen muß. Dies ist insbesondere erforderlich, um zu verhindern, daß Händler Grundig-Produkte unter Verletzung der Vertriebsbindung an nicht-autorisierte Händler abgeben, was ohne eine Kontrollmöglichkeit kaum zu unterbinden wäre. Da die Auskunft ausdrücklich auf Fälle beschränkt ist, bei denen die Kontrolle des Vertriebs aus technischen Gründen oder wegen des begründeten Verdachts einer Verletzung der EG-Vertriebsbindung erforderlich erscheint, und Grundig der EG-Kommission jährlich über die Fälle, in denen von dem Auskunftsrecht Gebrauch gemacht wurde, berichten muß, besteht entgegen den geäußerten Bedenken Dritter nicht die Gefahr, daß Grundig systematisch Auskünfte verlangt, um Parallelimporte zwischen autorisierten Händlern zu kontrollieren und zu erschweren.

(30) In den vergangenen Jahren hat Grundig nach eigenen Angaben in keinem einzigen Fall von dem Auskunftsrecht Gebrauch gemacht. Zwar hat Grundig in einigen Fällen, in denen vertriebsgebundene Grundig-Erzeugnisse von nicht autorisierten Händlern angeboten wurden, Ermittlungen durchgeführt. Diese Sachverhalte konnten jedoch aufgeklärt werden, ohne daß Grundig in einem einzigen Fall tatsächlich Einblick in die Nummernkontrolle vorgenommen hätte, da der Hinweis auf diese Möglichkeit im allgemeinen ausreichte, um die betreffenden Auskünfte von Händlern zu erhalten. Es liegen deshalb keinerlei Anhaltspunkte dafür vor, daß Grundig diese Klausel benutzt hätte, um die Wiederverkaufspreise zu kontrollieren und insbesondere unterschiedliche Preise in verschiedenen Mitgliedstaaten aufrechtzuerhalten.

(31) e) Das Verbot, für Grundig-Erzeugnisse mit „Abhol-, Selbstbedienungs- und Mitnahmepreisen" zu werben, rechtfertigt sich daraus, daß nach der Grundig-Vertriebsbindung alle Händler zu bestimmten Beratungs- und Kundendienstleistungen verpflichtet sind. Dies hat zur Folge, daß es den Händlern nicht gestattet ist, eine Geschäftspolitik zu betreiben, die diese Leistungen nicht grundsätzlich mit umfaßt. Wenn ein Händler aber Grundig-Erzeugnisse zu „Mitnahmepreisen" oder dergleichen bewirbt oder anbietet, so legt er damit den Verbrauchern von sich aus einen Verzicht auf die genannten Kundendienstleistungen nahe. Der vertragliche Ausschluß eines solchen Geschäftsgebahrens ist demzufolge durch die qualitativen Zulassungsvoraussetzungen gedeckt. Andererseits ist die Gefahr eines generellen Abweichens von einer auf die Erbringung der betreffenden Kundendienstleistungen ausgerichteten Geschäftspolitik dann nicht zu befürchten, wenn der Händler auf ausdrücklichen Wunsch des Kunden bestimmte Kundendienstleistungen nicht erbringt. In einem solchen Fall ist der Händler durch die Grundig-Vertriebsbindung nicht gehindert, dem Kunden einen Preisnachlaß für seine ersparten Aufwendungen zu gewähren.

(32) f) Das für Großhändler geltende grundsätzliche Verbot der Belieferung privater Endverbraucher und die Verpflichtung, bei Lieferungen an gewerbliche Endverbraucher die Verwendung für gewerbliche Zwecke durch Unterzeichnung eines Zusatzreverses unterzeichnen zu lassen, ist ebenfalls sachlich gerechtfertigt, da es der Sicherung der Aufgabenverteilung zwischen Groß- und Einzelhandel und der Verhinderung von Wettbewerbsverfälschungen zu Lasten des Einzelhandels dient. Entgegen der von Dritten geäußerten Auffassung erscheint es nicht angemessen, die Unterzeichnung des Zusatzreverses auf Fälle zu beschränken, in denen die Geräte von ihrer Art her nicht ohne weiteres im Gewerbebetrieb des Kunden verwendbar sind, d. h. auf sogenannte betriebsfremde Waren. Auch bei betriebsbezogenen Waren besteht die Gefahr, daß die Waren für betriebsfremden reinen Privatbedarf, z. B. für Angehörige oder Freunde des Gewerbetreibenden, bezogen werden, so daß eine Kontrolle durch Unterzeichnung des Zusatzreverses, die für gewerbliche Kunden keineswegs unzumutbar ist, sachlich gerechtfertigt erscheint.

(33) g) Das Verfahren zur Zulassung und zum Ausschluß von Groß- und Einzelhändlern gibt ebenfalls zu keinerlei wettbewerbsrechtlichen Bedenken Anlaß, da über Zulassungsanträge innerhalb einer angemessenen Frist von vier Wochen entschieden wird, eine ordentliche Kündigung nur für das gesamte Vertriebssystem vorgesehen ist und eine Kündigung aus wichtigem Grund und/oder eine Liefersperre im Falle von Wettbewerbsverstößen nur ausgesprochen werden kann, wenn der diesbezügliche Vorwurf unbestritten oder gerichtlich festgestellt ist.

(34) Alle vorstehenden Klauseln zur Sicherstellung des selektiven Vertriebs durch fachlich geschulte Groß- und Einzelhändler, die in der Lage und willens sind, Beratungs- und Kundendienstleistungen zu

erbringen, sind bei der derzeitigen Marktstruktur und der derzeitigen Wettbewerbssituation im Sektor der Unterhaltungselektronik nicht geeignet, den Wettbewerb zwischen Herstellern oder Händlern spürbar zu beeinträchtigen, sondern sind Bestandteil einer mit Artikel 85 Absatz 1 vereinbaren Vertriebsform. Da der Sektor der Unterhaltungselektronik durch regen Wettbewerb zwischen Herstellern, unterschiedliche Vertriebsformen und lebhaften Wettbewerb auf Handelsebene gekennzeichnet ist, ist es Grundig — auch unter der Berücksichtigung der Marktanteile von Philips — nicht möglich, den Wettbewerb auf der Handelsstufe spürbar zu beschränken.

2. *Vertragsklauseln, die den Wettbewerb beschränken*

(35) Dagegen enthalten die Verträge auch einige Klauseln, die über die Aufstellung qualitativer Anforderungen oder damit zusammenhängende Verpflichtungen der Händler hinausgehen und deshalb von Artikel 85 Absatz 1 erfaßt werden. Das betrifft die Verpflichtung der Einzelhändler, das Grundig-Verkaufsprogramm so vollständig, wie es für die Größe des Fachgeschäftes oder der Fachabteilung erforderlich ist, zu führen und ein angemessenes Lager mit einem repräsentativen Querschnitt aus dem Verkaufsprogramm zu unterhalten, und die Verpflichtung der Großhändler, nach Möglichkeit das gesamte Grundig-Programm zu führen und vorrätig zu halten. Diese Verpflichtungen gehen über das zur Sicherstellung eines sachgerechten Vertriebs erforderliche Maß hinaus und verlangen von den Händlern absatzfördernde Maßnahmen, die zur einer Beschränkung ihrer autonomen Geschäftspolitik führen. Diese Verpflichtungen stellen deshalb Wettbewerbsbeschränkungen dar, die im Hinblick auf die gemeinschaftsweite Anwendung des Grundig-Vertriebssystems geeignet sind, den Handel zwischen den Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen und angesichts der Marktanteile von Grundig auch spürbar sind.

II. Artikel 85 Absatz 3

Die dem Grundig-EG-Vertriebssystem zugrundeliegenden Verträge mit Fachgroß- und Facheinzelhändlern erfüllen die Voraussetzungen des Artikels 85 Absatz 3.

1. *Verbesserung der Warenverteilung*

(36) Die den Groß- und Einzelhändlern auferlegten Verpflichtungen tragen gemeinsam mit den Fachhandelskriterien beim Absatz von Grundig-Geräten zu einer Verbesserung der Warenverteilung bei. Die Fachhandelskriterien stellen sicher, daß Grundig-Geräte nur von in sachlicher und personeller Hinsicht entsprechend ausgestatteten Händlern vertrieben werden, was den Vertrieb rationeller und wirksamer gestaltet. Die Verpflichtungen der Händler betreffend die Lagerhaltung und die vollständige Führung des Grundig-Programms gewährleisten, daß Grundig sich zudem auf ein flächendeckendes Netz ausgewählter Händler stützen kann, die bereit sind, sich für den Vertrieb von Grundig-Produkten besonders einzusetzen, wodurch der Absatz gefördert wird.

2. *Angemessene Beteiligung der Verbraucher an dem entstehenden Gewinn*

(37) Die mit dem Vertriebssystem verbundenen Vorteile, insbesondere die Sicherstellung angemessener Beratung und eines leistungsfähigen Kundendienstes, das verbreiterte Warenangebot der Groß- und Einzelhändler und die verbesserte Lieferfähigkeit kommen den Verbrauchern unmittelbar zugute. Angesichts ständiger technischer Neuerungen sind insbesondere die sachgerechte Beratung und die Installation des Gerätes an Ort und Stelle von Bedeutung für weite Teile der Verbraucherschaft, ohne daß sie hierfür ein deutlich höheres Preisniveau in Kauf nehmen müßten oder der Preiswettbewerb zwischen Händlern ausgeschaltet würde. Werbebroschüren der Hersteller, Berichte in Fach- oder Verbraucherzeitschriften und Bedienungsanleitungen sind nur bedingt geeignet, das Beratungsgespräch mit dem Fachhändler und die Installation und Einweisung in die Bedienung des Gerätes zu ersetzen. Auch wenn Verbraucher heute zunehmend gut informiert und technisch sachkundig sind, legen immer noch weite Teile der Verbraucherschaft Wert auf den Service spezialisierter Fachhändler, die ihnen das Grundig-Vertriebssystem garantiert. Da zudem in hinreichendem Maße vergleichbare, konkurrierende Geräte anderer Hersteller über andere Vertriebswege, insbesondere „Cash and Carry"-Märkte vertrieben werden, haben die Verbraucher ausreichende Wahlmöglichkeiten zwischen eher serviceorientierten und eher preisorientierten Vertriebsformen. Das Führen des vollständigen Verkaufsprogrammes ist der umfassenden Information und Beratung der Verbraucher förderlich, während die Lagerhaltung durch Groß- und Einzelhändler eine Lieferung innerhalb kürzester Frist sicherstellt.

3. *Unerläßlichkeit der Wettbewerbsbeschränkungen*

(38) Soweit das Grundig-Vertriebssystem wettbewerbsbeschränkende Verpflichtungen enthält, sind sie für die Verwirklichung der vorgenannten Vorteile unerläßlich. Dabei ist zu berücksichtigen, daß es für die Frage der Unerläßlichkeit nicht darauf ankommt, ob die betreffenden Erzeugnisse auch

anders vertrieben werden können, sondern darauf, ob das im Rahmen von Artikel 85 Absatz 3 positiv bewertete vertriebspolitische Konzept des Herstellers die fraglichen Wettbewerbsbeschränkungen erfordert. Das ist bei den hier in Frage stehenden absatzfördernden Verpflichtungen zu bejahen. Grundig erbringt erhebliche Investitionen betreffend die Betreuung der Händler in Form von Schulungen und Versorgung mit Informations- und Werbematerial. Diese Investitionen, die zur Verbesserung der Warenverteilung und zur besseren Beratung und Information der Verbraucher beitragen, sind wirtschaftlich nur gerechtfertigt, wenn der Fachhändler sich nicht auf den Verkauf einiger weniger Geräte beschränkt, sondern sich für den Absatz des gesamten Verkaufsprogramms einsetzt. Da sich der Umfang der Lagerhaltung und des vorzuführenden Verkaufsprogramms im übrigen nach der Größe des Fachgeschäfts richtet, ist sichergestellt, daß insbesondere kleinen Betrieben in dieser Hinsicht keine unzumutbaren Leistungen abverlangt werden.

4. *Fehlende Möglichkeit der Ausschaltung des Wettbewerbs*

(39) Die dem Vertriebssystem zugrundeliegenden Verträge, und insbesondere die absatzfördernden Klauseln, eröffnen Grundig ferner auch keine Möglichkeit, den Wettbewerb für einen wesentlichen Teil der Geräte der Unterhaltungselektronik auszuschalten. Was zunächst den Wettbewerb mit anderen Herstellern angeht, so haben die Vereinbarungen keine spürbaren Auswirkungen, da die Händler durch die Vertriebsbindung nicht daran gehindert werden, Geräte anderer Hersteller zu vertreiben oder sich für deren Absatz einzusetzen. Was dagegen den Wettbewerb auf der Handelsstufe betrifft, so lassen die Verträge sowohl auf Groß- als auch auf Einzelhandelsebene einen Wettbewerb der Grundig-Händler untereinander innerhalb der gesamten Gemeinschaft zu. Die Händler sind in ihrer Preisbildung frei und haben zudem das Recht, die jeweils günstigste Bezugsmöglichkeit zu nutzen, da Lieferungen zwischen zum Vertriebssystem zugelassenen Händlern innerhalb der gesamten Gemeinschaft zulässig sind.

(40) Im übrigen verfügt Grundig angesichts des regen Wettbewerbs bei Geräten der Unterhaltungselektronik — auch unter Berücksichtigung der Verbindung mit Philips — nicht über ausreichende Marktanteile, um den Wettbewerb auf der Handelsstufe auszuschalten. Im Gegenteil ist Grundig einem starken Wettbewerbsdruck insbesondere von Seiten fernöstlicher Hersteller ausgesetzt, was zu einem Rückgang ihrer Marktanteile geführt hat.

(41) Schließlich wird der Wettbewerb auf der Handelsebene auch nicht durch eine Vielzahl ähnlicher Vertriebssysteme ausgeschaltet, da eine erhebliche Zahl von Herstellern ihre Geräte ohne Vertriebsbindung absetzen. Deswegen besteht insbesondere auch keine Gefahr, daß bestimmte Handelsformen wie Verbrauchermärkte und Selbstbedienungsgroß- und -einzelhändler vom Absatz solcher Geräte generell ausgeschlossen werden.

III. Artikel 6 und 8 der Verordnung Nr. 17

(42) Da die Voraussetzungen der Freistellung weiterhin erfüllt sind und Grundig vor Ablauf der Freistellung einen wirksamen Antrag auf Erneuerung gestellt hat, kann diese gemäß Artikel 8 Absatz 2 der Verordnung Nr. 17 mit Wirkung ab dem 29. März 1989 verlängert werden. Unter Berücksichtigung der Marktstruktur des betroffenen Wirtschaftszweiges und Grundigs Anteil und Bedeutung auf dem betroffenen Markt kann die Verlängerung für 10 Jahre, das heißt bis zum 28. März 1999 ausgesprochen werden.

Um im übrigen der Kommission die Nachprüfung zu ermöglichen, ob sich die Grundlagen für ihre wettbewerbsrechtliche Beurteilung nicht geändert haben und Grundig insbesondere die Zulassungskriterien nicht in diskriminierender Weise anwendet und das Recht zur Einsicht in die Nummernkontrolle nicht mißbraucht, wird Grundig aufgegeben, jährlich Berichte über die Zulassung von Händlern und die Ausübung der Nummernkontrolle vorzulegen —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Artikel 85 Absatz 1 des EG-Vertrages wird gemäß Artikel 85 Absatz 3 für nicht anwendbar erklärt auf

— die Grundig-EG-Vertriebsbindung für den Großhandel und

— die Grundig-EG-Vertriebsbindung für den Einzelhandel.

Diese Freistellung gilt vom 29. März 1989 bis zum 28. März 1999.

Artikel 2

Der Grundig AG wird aufgegeben, jährlich, und zwar erstmals zum 31. Dezember 1993, der Kommission Berichte über die Fälle vorzulegen, in denen sie

— einem Groß- oder Einzelhändler die Zulassung als Grundig-Händler verweigert oder entzogen oder eine Liefersperre gegen ihn verhängt hat;

— Einsicht in die Unterlagen eines Grundig-Händlers über die Nummernkontrolle verlangt hat;

und diese Einsichtnahme in jedem einzelnen Fall sachlich zu begründen.

Artikel 3

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

Grundig AG,
Kurgartenstraße 37,
D-90762 Fürth.

Brüssel, den 21. Dezember 1993

Für die Kommission

Karel VAN MIERT

Mitglied der Kommission