II

*(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)*

# KOMMISSION

## ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION
**vom 10. Juli 1985**
**betreffend ein Verfahren nach Artikel 85 des EWG-Vertrags**
**(IV/29.420 – Grundig EG-Vertriebsbindung)**

**(Nur der deutsche Text ist verbindlich)**

(85/404/EWG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN –

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft,

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 Griechenlands, insbesondere auf die Artikel 6 und 8,

im Hinblick auf die von der Grundig AG am 29. März 1977 eingereichte Anmeldung der Grundig EG-Vertriebsbindung für Fachgroß- und Facheinzelhändler,

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:

### I. SACHVERHALT

#### A. Vertriebsstruktur und Marktstellung von Grundig

Die Firma Grundig AG (nachfolgend „Grundig") mit Sitz in Fürth, Bundesrepublik Deutschland, hat am 29. März 1977 bei der Kommission eine Vertriebsbindung für den Vertrieb ihrer Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik im Gemeinsamen Markt angemeldet und mit Wirkung vom 1. April 1977 eingeführt.

Grundig vertreibt ihre Fernseh-, Video-, und Hi-Fi-Geräte samt Zubehör in der Bundesrepublik Deutschland über Fachgroß- und Facheinzelhändler, in den anderen Mitgliedstaaten über Alleinvertriebshändler, die zum Teil Tochtergesellschaften von Grundig sind und ihrerseits Fachgroß- oder -einzelhändler beliefern. Insgesamt gehören in der Gemeinschaft etwa 28 000 Händler dem Grundig-Vertriebsnetz an. Grundig spricht keine Preisempfehlungen für den Verkauf ihrer Erzeugnisse aus.

Grundig gehört mit einem Umsatz von annähernd 2,8 Milliarden DM im Geschäftsjahr 1983/84 zu den bedeutenden Herstellern von Erzeugnissen der Unterhaltungselektronik in Europa. Ihre Marktanteile belaufen sich bei den wichtigsten Umsatzträgern, Farbfernsehgeräten und Videorecordern, in der Gemeinschaft auf 10,6 % bzw. 6,0 %. In einzelnen Mitgliedstaaten werden von Grundig höhere Marktanteile erzielt. Sie erreichen bei Farbfernsehgeräten 19,5 % in der Bundesrepublik Deutschland, 12,4 % in Italien und 9,6 % in Frankreich. Bei Videorecordern entfallen auf Grundig in diesen Mitgliedstaaten 16,5 %, 5,5 % und 3,3 %.

Die industrielle Führung der Grundig liegt seit dem 1. April 1984 bei der Firma Philips-Gloeilampenfabrieken, Eindhoven, Niederlande (nachfolgend, „Philips" genannt), die bereits seit 1979 eine Beteiligung von 24,5 % an der Grundig hielt.

#### B. Das Grundig-Vertriebssystem

Die von Grundig mit Wirkung vom 1. April 1977 eingeführte Vertriebsbindung orientierte sich inhaltlich an den Prinzipien, welche die Kommission in ihrer Entscheidung 75/159/EWG bezüglich des Vertriebssystems der Firma SABA (3) aufgestellt hatte. Im Zuge der teilweisen Änderung

(1) ABl. Nr. 13 vom 21. 2. 1962, S. 204/62.
(2) ABl. Nr. C 276 vom 16. 10. 1984, S. 2.
(3) ABl. Nr. L 28 vom 3. 2. 1976, S. 19.

der Verwaltungspraxis der Kommission gegenüber selektiven Vertriebssystemen auf dem Sektor der Unterhaltungselektronik, wie sie in der zweiten Entscheidung der Kommission über das Vertriebssystem der Firma SABA – Entscheidung 83/672/EWG (1), nachfolgend als „SABA II" bezeichnet – ihren Ausdruck gefunden hat, hat auch Grundig ihre Vertriebsbindungsverträge den neuen Anforderungen angepaßt.

Der Vertrieb der Grundig-Erzeugnisse in der Gemeinschaft wird danach heute durch

— die Grundig EG-Vertriebsbindung für den Großhandel

und

— die Grundig EG-Vertriebsbindung für den Einzelhandel

geregelt.

Diese Verträge sehen folgendes vor:

1. a) Nach der Grundig EG-Vertriebsbindung für den Großhandel erkennt Grundig alle Großhändler als Grundig-Fachgroßhändler an, die u. a.

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

— geschultes Personal mit technischen Kenntnissen und einen qualifizierten Außendienst für die sachgemäße Beratung der Kunden unterhalten und die

— die organisatorischen und vermögensmäßigen Voraussetzungen bieten, um nach Möglichkeit das gesamte Grundig-Programm zu führen und auf Lager zu nehmen und die fristgerechte Belieferung ihrer Abnehmer sicherzustellen, und

— die die Grundig EG-Vertriebsbindung unterzeichnet haben.

Falls Grundig über einen Anerkennungsantrag nicht innerhalb von vier Wochen entschieden hat, gilt der betreffende Händler als Grundig-Fachgroßhändler. Grundig verpflichtet sich, unverzüglich einen Vertriebsbindungsvertrag mit diesem zu unterzeichnen und ihn in die Grundig-Fachhändlerliste aufzunehmen.

b) Grundig-Fachgroßhändler sind u. a. verpflichtet,

— innerhalb des Gemeinsamen Marktes als Wiederverkäufer nur anerkannte Grundig-Händler zu beliefern und sich gegebenenfalls vor Lieferung bei dem von Grundig eingesetzten Treuhänder zu vergewissern, ob der Wiederverkäufer zum Vertrieb von Grundig-Erzeugnissen autorisiert ist,

— Grundig-Erzeugnisse nur dann an Endverbraucher zu veräußern, wenn diese einen Gewerbebetrieb unterhalten und die Ware für eigene gewerbliche Zwecke des Betriebs beziehen und dies durch Unterzeichnung eines Zusatzreverses in objektiv nachprüfbarer Weise belegen,

— zum Zwecke einer lückenlosen Nummernkontrolle über den Verkauf jedes Grundig-Erzeugnisses Buch zu führen und die Daten mindestens 3 Jahre aufzubewahren,

— Grundig bei der Aufrechterhaltung der Vertriebsbindung und bei der Verfolgung von Verstößen gegen das Vertriebsbindungssystem zu unterstützen.

c) Grundig-Fachgroßhändler sind berechtigt, Fachhändler, die die Qualifikationsmerkmale der Grundig EG-Vertriebsbindung für den Einzelhandel erfüllen, zu Grundig-Facheinzelhändlern zu ernennen.

d) Grundig-Fachgroßhändler sind berechtigt, im Gemeinsamen Markt alle anerkannten Grundig-Händler zu beliefern bzw. von ihnen zu beziehen sowie ihre Wiederverkaufspreise frei zu bilden.

e) Grundig verpflichtet sich u. a., die Lückenlosigkeit der Grundig EG-Vertriebsbindung zu gewährleisten und die Gesamtliste aller anerkannten Grundig-Händler in ihrer jeweils neuesten Fassung einem Treuhänder zu überlassen, der zur Beantwortung von Anfragen über die Zugehörigkeit von Wiederverkäufern zum Grundig-Vertriebssystem verpflichtet ist.

f) Sofern ein Grundig-Fachgroßhändler die Anerkennungskriterien nicht oder nicht mehr erfüllt, kann Grundig den Vertriebsbindungsvertrag mit schriftlicher Begründung fristlos kündigen. Verstößt er in einer das Grundig EG-Vertriebssystem gefährdenden Weise gegen die Bestimmungen des Vertriebsbindungsvertrags, so kann Grundig eine befristete, oder bei wiederholtem Verstoß unbefristete Liefersperre unter gleichzeitiger fristloser Kündigung aussprechen. Im Falle eines Verstoßes gegen die Wettbewerbsgesetze hat Grundig diese Sanktionsmöglichkeiten nur dann, wenn der Verstoß unbestritten oder gerichtlich festgestellt ist. Zu einer ordentlichen Kündigung ist Grundig nur bei Aufgabe des Grundig EG-Vertriebssystems berechtigt.

2. a) Nach der Grundig EG-Vertriebsbindung für den Einzelhandel hat ein Einzelhändler u. a. folgende Qualifikationsmerkmale zu erfüllen, um zum Grundig-Facheinzelhändler ernannt werden zu können. Er muß

— ein Einzelhandelsfachgeschäft unterhalten, welches auf den Verkauf von Erzeugnissen der Unterhaltungselektronik spezialisiert ist, oder

— eine Fachabteilung speziell für den Verkauf von Erzeugnissen der Unterhaltungselektronik eingerichtet haben, die mit dem Betrieb eines auf Unterhaltungselektronik spezialisierten Fachgeschäfts vergleichbar ist,

(1) ABl. Nr. L 376 vom 31. 12. 1983, S. 41.

— Grundig-Erzeugnisse vorführen und repräsentativ ausstellen, und zwar in Verkaufsräumen, die in ihrem Erscheinungsbild dem Ansehen der Marke Grundig gerecht werden. Fachabteilungen müssen von den sonstigen Abteilungen getrennt sein,

— geschultes Verkaufspersonal mit technischen Kenntnissen für die sachgemäße Beratung der Kunden beschäftigen,

— das Grundig-Verkaufsprogramm so vollständig, wie es für die Größe des Fachgeschäfts oder der Fachabteilung angemessen ist, präsentieren,

— ein angemessenes Lager für einen repräsentativen Querschnitt aus dem jeweiligen Grundig-Verkaufsprogramm unterhalten, wobei sich die Angemessenheit nach der Größe des Unternehmens, seiner lokalen Bedeutung und seiner Absatzmöglichkeiten bestimmt, und nicht vorhandene Grundig-Erzeugnisse bei Kundenbestellung unverzüglich beschaffen,

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

— die Grundig EG-Vertriebsbindung für den Einzelhandel unterschrieben haben.

Dem Einzelhändler ist es untersagt, durch Werbung und Geschäftsgebaren Zweifel an seiner ausschließlichen Zugehörigkeit zur Einzelhandelsstufe aufkommen zu lassen. Es ist ihm ferner nicht gestattet, im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Grundig-Erzeugnissen in Ankündigungen und Werbeaussagen in irreführender Weise auf Verkäufe zu Abhol-, Selbstbedienungs- oder Mitnahmepreisen hinzuweisen sowie Grundig-Erzeugnisse im Versandhandel zu vertreiben.

b) Grundig wird alle Facheinzelhändler als Grundig-Facheinzelhändler anerkennen, die die Qualifikationsmerkmale erfüllen. Darüber hinaus sind Grundig-Fachgroßhändler berechtigt, Facheinzelhändler zum Vertrieb mit Grundig-Erzeugnissen zuzulassen. Soweit bei Grundig ein Antrag auf Anerkennung gestellt wird, gilt der betreffende Händler als Grundig-Facheinzelhändler, falls über den Antrag nicht innerhalb von vier Wochen entschieden wurde. Grundig verpflichtet sich für diesen Fall, den Vertriebsbindungsvertrag mit dem Einzelhändler unverzüglich zu unterzeichnen und ihn in die Grundig Fachhändler-Liste aufzunehmen.

Im Hinblick darauf, daß die Vertriebsbindung für den gesamten Gemeinsamen Markt gilt, hat sich Grundig das Recht vorbehalten, von einzelnen Qualifikationsmerkmalen entsprechend den jeweiligen Landesgegebenheiten abzusehen. Dies gilt jedoch nicht für die Anforderungen an die Fachhandelseigenschaft des Händlers, den Betrieb eines offenen Ladengeschäfts, die repräsentative Ausstellung der Grundig-Erzeugnisse, die Beschäftigung geschulten Verkaufspersonals und die Durchführung der Garantie- und Kundendienstleistungen.

c) Grundig-Facheinzelhändler sind u. a. verpflichtet,

— Grundig-Erzeugnisse innerhalb des Gemeinsamen Marktes nur an solche Wiederverkäufer zu liefern, die anerkannte Grundig-Fachhändler sind und sich gegebenenfalls vor einer Lieferung durch Rückfrage beim Treuhänder über diesen Umstand zu vergewissern,

— bei einer Veräußerung an Wiederverkäufer zum Zwecke einer lückenlosen Nummernkontrolle über den Verkauf jedes Grundig-Erzeugnisses Buch zu führen, die Daten mindestens 3 Jahre aufzubewahren und Grundig entsprechend Auskunft zu erteilen, wenn eine Kontrolle des Vertriebsweges aus technischen Gründen oder wegen des begründeten Verdachts einer Verletzung der EG-Vertriebsbindung notwendig erscheint.

Die Grundig-EG-Vertriebsbindung erwähnt ausdrücklich das Recht der Grundig-Facheinzelhändler, im Gemeinsamen Markt alle anerkannten Grundig-Händler zu beliefern bzw. von ihnen zu beziehen sowie ihre Wiederverkaufspreise frei zu bilden.

d) Die Verpflichtungen Grundigs zur Gewährleistung der Lückenlosigkeit des Vertriebssystems und zur Einsetzung eines Treuhänders sowie die Voraussetzungen für die ordentliche und fristlose Kündigung entsprechen den für die Fachgroßhändler getroffenen Regelungen (unter I B 1 Buchstaben e) und f)).

### C. Die Verbreitung selektiver Vertriebssysteme für Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik

Selektive Vertriebssysteme für Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik sind in den einzelnen Mitgliedstaaten der Gemeinschaft unterschiedlich verbreitet. Sie sind vor allem in der Bundesrepublik Deutschland ein traditionell häufig verwendetes Vertriebsinstrument. In anderen Mitgliedstaaten ist ihre Verbreitung deutlich geringer. Jedenfalls operieren in allen Mitgliedstaaten zahlreiche Hersteller, die ihre Erzeugnisse ohne Vertriebsbindungen absetzen. Zumeist entfällt auf diese der überwiegende Anteil am Umsatz mit den betreffenden Waren. Aber auch die Vertriebssysteme derjenigen Hersteller, die den Zugang zu ihrem Vertriebsnetz von der Erfüllung bestimmter Kriterien abhängig machen, weisen zum Teil deutliche Unterschiede auf. Mehrere der bei der Kommission angemeldeten Vertriebssysteme sind nur nationaler Art und erstrecken sich nicht auf die gesamte Gemeinschaft. Einige Vertriebsverträge beinhalten lediglich eine einfache Fachhandelsbindung, die Artikel 85 Absatz 1 nicht unterfällt. Schließlich ist zu berücksichtigen, daß mehrere der vertriebsbindenden Hersteller kein umfassendes Sortiment an Geräten der Unterhaltungselektronik anbieten, sondern

lediglich auf einzelnen Teilmärkten vertreten sind. Insgesamt hat sich die Zahl der bei der Kommission angemeldeten selektiven Vertriebsbindungssysteme seit dem Erlaß des Urteils des Gerichtshofs in der Rechtssache 26/76 – Metro – (1) vom 25. 10. 1977 nicht erhöht.

### D. Bemerkungen Dritter

Auf die Veröffentlichung des wesentlichen Inhalts der angemeldeten Verträge sind der Kommission vier Stellungnahmen von seiten betroffener Dritter zugegangen. Dabei wurde insbesondere geltend gemacht, das Grundig Vertriebssystem führe, zusammen mit ähnlichen Vertriebssystemen anderer Hersteller, zu einem tatsächlichen Ausschluß des Nicht-Fachhandels und zu einer Beschränkung des Wettbewerbs zwischen den Grundig-Händlern vor allem im preislichen Bereich und darüber hinaus zu einer Erstarrung des Preisgefüges im Handel. Zweifel wurde geäußert, ob die anerkannten Fachhändler in der Praxis die von der Vertriebsbindung geforderten Beratungs- und Serviceleistungen tatsächlich erbringen. Unabhängig davon seien Kundendienstleistungen angesichts der inzwischen erheblich geringeren Reparaturanfälligkeit der Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik auch nicht mehr als für einen sachgerechten Vertrieb erforderlich anzusehen. In einer der Stellungnahmen wurde das für Einzelhändler geltende Zulassungskriterium bezüglich der Beschaffenheit der Verkaufsräume und der repräsentativen Ausstellung der Grundig-Erzeugnisse als zu vage kritisiert.

## II. RECHTLICHE BEURTEILUNG

### A. Artikel 85 Absatz 1

1. Die das Grundig-Vertriebssystem bildenden Verträge mit Groß- und Einzelhändlern, die den Absatz der Grundig-Erzeugnisse innerhalb der Gemeinschaft regeln, stellen im wesentlichen einfache Fachhandelsbindungen dar, die als solche Artikel 85 Absatz 1 nicht unterfallen. Sie enthalten nur wenige Klauseln, die Wettbewerbsbeschränkungen innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken und bewirken und geeignet sind, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen und daher einer Freistellung nach Artikel 85 Absatz 3 bedürfen.

2. Soweit die Grundig EG-Vertriebsbindungsverträge lediglich fachliche Voraussetzungen für den Zugang zum Vertrieb aufstellen, die ohne Diskriminierung angewendet werden, das Anerkennungsverfahren regeln und unselbständige Kontrollpflichten enthalten, fallen sie noch nicht in den Verbotsbereich des Artikels 85 Absatz 1. Dies gilt insbesondere für folgende Vertragsbestandteile:

   a) Die Anforderungen an die fachliche Qualifikation der Grundig-Händler, die Fachkenntnisse ihres Verkaufspersonals, die Erbringung von Kundendienstleistungen und die Beschaffenheit der Verkaufsräume gehen nicht über die Notwendigkeiten eines auf Qualitätsanforderungen basierenden selektiven Vertriebssystems für die technisch anspruchsvollen Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik hinaus. Der diesen Industriezweig kennzeichnende hohe Innovationsgrad führt nicht nur zur regelmäßigen Entwicklung völlig neuartiger Erzeugnisse, sondern auch zu einer ständigen Erweiterung der Anwendungsmöglichkeiten herkömmlicher Geräte. Überdies zeichnet sich eine zunehmende Annäherung der Bereiche Unterhaltungselektronik, Datenvermittlung und Datenverarbeitung ab mit der Folge, daß beispielsweise Fernsehgeräte über ihre bisherige Funktion hinaus Verwendung finden als Heimterminal für den Anschluß zahlreicher peripherer Geräte. Fachliche Anforderungen an die Befähigung der Händler zur Erbringung von Beratungs- und Kundendienstleistungen sind daher nach wie vor erforderlich. Daran vermag auch die verringerte Reparaturanfälligkeit der Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik nichts zu ändern. Abgesehen davon, daß Garantie- und Reparaturleistungen nur einen Teilbereich des umfassenden Serviceangebots der Fachhändler darstellen, muß auch für die fachgerechte Behebung von Defekten – selbst wenn sie seltener vorkommen sollten – Vorsorge getroffen werden.

   b) Als erforderlich ist auch die Verpflichtung der Händler anzusehen, Grundig-Erzeugnisse in geeigneten Verkaufsräumen vorzuführen und repräsentativ aufzustellen. Grundig hat ein berechtigtes Interesse daran sicherzustellen, daß ihre hochwertigen Erzeugnisse dem Endverbraucher in einem angemessenen Rahmen präsentiert werden. Die Umschreibung dieser Verpflichtung muß dabei zwangsläufig einen generalisierenden Charakter haben, der einen gewissen Beurteilungsspielraum einräumt. Die Gefahr einer diskriminierenden Anwendung dieses Kriteriums durch Grundig ist indessen gering, da zum einen auch Fachgroßhändler zur Anerkennung von Einzelhändlern und damit zur Prüfung dieses Zulassungskriteriums berechtigt sind und zum anderen die betroffenen Einzelhändler die Möglichkeit haben, die Ablehnung der Zulassung durch Grundig gerichtlich überprüfen zu lassen.

   c) Das Verbot, für Grundig-Erzeugnisse mit „Abhol-, Selbstbedienungs- und Mitnahmepreisen“ zu werben, rechtfertigt sich daraus, daß nach der Grundig-Vertriebsbindung alle Händler zur Erbringung bestimmter 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

(1) Slg. 1977, S. 1875 ff.

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.

Das Verbot, Grundig-Erzeugnisse im Versandhandel zu vertreiben, ist ebenfalls durch die Verpflichtung zur Beratung der Kunden und zur Präsentation der Waren gedeckt. Dies schließt jedoch die Verwendung von Geräten auf Wunsch des Kunden im Einzelfall nicht aus.

d) Mit der Aufstellung qualitativer Anforderungen verfolgt Grundig legitimerweise das Ziel sicherzustellen, daß ihre Erzeugnisse nur von fachlich hinreichend befähigten Wiederverkäufern vertrieben werden. Die Überprüfung der Händler vor – und wenn nötig auch nach – der Anerkennung soll gewährleisten, daß alle Händler den Anforderungen auch tatsächlich entsprechen. Angesichts der Vielzahl der dem Grundig-Vertriebsnetz angehörenden Händler läßt es sich nicht ausschließen, daß im Einzelfall Händler nicht in dem erforderlichen Maß ihren Verpflichtungen nachkommen. Diese Möglichkeit kann indessen nicht das Recht von Grundig beeinträchtigen, ein auf Qualitätsanforderungen basierendes Vertriebskonzept zu verfolgen.

e) Die von den anerkannten Händlern im Falle eines Verkaufs an Wiederverkäufer einzuhaltenden Kontrollpflichten weisen ebensowenig wie die den Großhändlern auferlegte Verpflichtung, Grundig bei der Aufrechterhaltung der Vertriebsbindung zu unterstützen, einen eigenständigen wettbewerbsbeschränkenden Charakter auf. Das Recht zur Ausübung der Nummernkontrolle durch Grundig ist ausdrücklich auf begründete Fälle des Vertragsbruchs des betreffenden Grundig-Händlers oder eines Dritten begrenzt. Die vorgeschriebene Feststellung, ob der zu beliefernde Händler (noch) als Grundig-Händler gelistet ist, kann durch Nachfrage bei Grundig oder bei dem von ihr eingesetzten Treuhänder erfolgen. Eine wettbewerbswidrige Anwendung dieser Vertragsklauseln kann daher ausgeschlossen werden.

f) Das für Großhändler geltende Verbot der Belieferung privater Endverbraucher unterfällt nicht Artikel 85 Absatz 1, da es die Aufgabentrennung zwischen Groß- und Einzelhandel absichern und Wettbewerbsverfälschungen verhindern soll (vgl. das Metro-Urteil des Gerichtshofs, Erwägungsgrund 28).

g) Ferner sind die Bestimmungen hinsichlich des Verfahrens der Anerkennung und des Ausschlusses von Händlern nicht geeignet, spürbare Wettbewerbsbeschränkungen herbeizuführen, da Grundig den Grundsätzen Rechnung getragen hat, welche die Kommission in ihrer SABA-II-Entscheidung aufgestellt hat (unter II A 6 Buchstaben b) und c)):

aa) Grundig wird über jeden Anerkennungsantrag innerhalb von vier Wochen entscheiden,

bb) anerkannte Großhändler sind daneben berechtigt, geeignete Einzelhändler zu Grundig-Facheinzelhändlern zu ernennen,

cc) eine ordentliche Kündigung ist nur noch für das gesamte Vertriebsbindungssystem vorgesehen,

dd) Kündigung aus wichtigem Grund und/oder Liefersperre sind im Falle eines Verstoßes gegen die Wettbewerbsgesetze nur möglich, wenn der diesbezügliche Vorwurf vom Händler nicht bestritten wird oder gerichtlich festgestellt ist.

3. Vertriebsbindungsverträge sind jedoch anders zu beurteilen, wenn sie Verpflichtungen der beteiligten Unternehmen und Zulassungskriterien enthalten, die die oben aufgezeigten Grenzen überschreiten. Sie unterfallen dann Artikel 85 Absatz 1, können jedoch gegebenenfalls nach Artikel 85 Absatz 3 freigestellt werden.

Aus den Grundig EG-Vertriebsbindungsverträgen für den Einzelhandel und für den Großhandel folgt, daß sich Grundig dahin bindet, keine Händler zu beliefern, die nicht dem Vertriebssystem angehören. Den „Grundig-Händlern" ist es ihrerseits untersagt, Händler zu beliefern, die nicht von Grundig oder einem anerkannten Großhändler zugelassen worden sind.

Diese Verpflichtungen stellen im vorliegenden Fall Wettbewerbsbeschränkungen dar, denn der Zugang zum Grundig-Vertriebssystem steht ausschließlich solchen Händlern offen, die nicht nur allgemeine fachliche Voraussetzungen erfüllen, sondern darüber hinaus bereit sind, besondere vertriebsfördernde Maßnahmen zu ergreifen und besondere Absatzleistungen zu erbringen.

Grundig-Facheinzelhändler müssen das Grundig-Verkaufsprogramm so vollständig wie es für die Größe des Fachgeschäfts oder der Fachabteilung angemessen ist ausstellen und einen repräsentativen Querschnitt aus dem jeweiligen Grundig-Verkaufsprogramm auf Lager halten.

Grundig-Fachgroßhändler müssen so organisiert und vermögensmäßig strukturiert sein, daß sie nach Möglichkeit das gesamte Grundig-Verkaufsprogramm führen und auf Lager nehmen.

Diese Verpflichtungen gehen über das zur Sicherstellung eines sachgerechten Vertriebs erforderliche Maß hinaus und stellen ihrerseits Wettbewerbsbeschränkungen dar, denn sie führen bei den anerkannten Händlern zu Beschränkungen ihrer autonomen Geschäftspolitik.

4. Das gemeinschaftliche Grundig EG-Vertriebssystem, das die vorstehend aufgeführten Wettbewerbsbeschränkungen enthält, ist schon seinem Wesen nach geeignet, den zwischenstaatlichen Handel zu beeinträchtigen. An der Spürbarkeit dieser Beeinträchtigung kann angesichts der Marktanteile, die Grundig in einzelnen Mitgliedstaaten erreicht, kein Zweifel bestehen.

B. **Artikel 85 Absatz 3**

Die das Grundig EG-Vertriebssystem bildenden Verträge erfüllen die Voraussetzungen des Artikels 85 Absatz 3.

1. Die den Groß- und Einzelhändlern auferlegten absatzfördernden Verpflichtungen tragen zusammen mit den Fachhandelskriterien zu einer Verbesserung der Warenverteilung der betreffenden Erzeugnisse bei, denn sie stellen sicher, daß Grundig-Geräte nur von Händlern vertrieben werden, die die Kundschaft fachlich beraten und nach dem Kauf die zur Aufstellung, Inbetriebnahme und Instandhaltung der Geräte erforderlichen Dienste leisten und sich überdies für den Absatz dieses Herstellers einsetzen. Grundig kann sich damit auf ein Netz fachlich geschulter Händler stützen, die gewährleisten, daß ihr Verkaufsprogramm dem Verbraucher in angemessener Breite präsentiert und für ihn vorrätig gehalten wird. Dieser Umstand ist geeignet, den Absatz von Grundig-Erzeugnissen rationeller und wirksamer zu gestalten. Dadurch wird der Wettbewerb zwischen Grundig und anderen Marken gefördert, ohne daß der Wettbewerb zwischen Grundig-Händlern beeinträchtigt wird.

2. Die hieraus entstehenden Vorteile, insbesondere die Sicherstellung eines leistungsfähigen Kundendienstes, das verbreiterte Warenangebot der Groß- und Einzelhändler und ihre verbesserte Lieferbereitschaft kommen den Verbrauchern unmittelbar zugute.

Grundig-Händler sind aufgrund ihrer fachlichen Qualifikation befähigt, die Verbraucher sowohl allgemein über die technische Entwicklung im Bereich der Unterhaltungselektronik zu unterrichten und ihnen dabei insbesondere die Funktionsweise neuartiger Produkte und den erweiterten Anwendungsbereich herkömmlicher Geräte zu erläutern, als auch die spezifischen Unterschiede der verschiedenen Fabrikate darzulegen. Werbebroschüren der Hersteller, aber auch Berichte in Fach- oder Verbraucherzeitschriften sind nur bedingt geeignet, ein Beratungsgespräch zwischen Fachhändler und Kunden zu ersetzen und dies auch nur für einen technisch besonders aufgeschlossenen, relativ kleinen Teil der Verbraucherschaft. Darüber hinaus kann sich der Verbraucher bei einem Grundig-Händler einen umfassenden Überblick zumindest über die wesentlichen Teile des Grundig-Sortiments verschaffen und damit rechnen, ein Grundig-Gerät sofort oder innerhalb kürzester Frist geliefert zu bekommen. Schließlich kann der Verbraucher im Falle eines Erwerbs sicher sein, daß der Händler ihn in fachmännischer Weise in die Bedienung des jeweiligen Gerätes einweist und es, soweit erforderlich, bei ihm in der Wohnung installiert und einstellt, sowie während und nach Ablauf der Garantiezeit die erforderlichen Reparatur- und Kundendienstleistungen erbringt.

Diese Vorteile kommen den Verbrauchern zugute, ohne daß sie hierfür ein spürbar höheres Preisniveau in Kauf nehmen müßten, denn der Preiswettbewerb ist in diesem Sektor gerade auch zwischen Fachhändlern unverändert heftig (vgl. Nr. 4).

3. Soweit das Grundig-Vertriebssystem wettbewerbsbeschränkende Verpflichtungen enthält, sind sie für die Verwirklichung der vorgenannten Vorteile unerläßlich. Dies gilt sowohl für das Verbot, nicht anerkannte Händler mit Grundig-Ware zu beliefern, als auch für die absatzfördernden Verpflichtungen; ohne diese Vertragsbestandteile könnten die Vorteile bei der Warenverteilung und deren günstige Auswirkungen auf die Verbraucher nicht erreicht werden. Dabei ist zu berücksichtigen, daß es für die Frage der Unerläßlichkeit nicht darauf ankommt, ob die betreffenden Erzeugnisse überhaupt nicht anders vertrieben werden können, sondern lediglich darauf, ob das im Rahmen von Artikel 85 Absatz 3 positiv bewertete vertriebspolitische Konzept des betreffenden Herstellers die fraglichen Wettbewerbsbeschränkungen erfordert. Von Bedeutung ist in diesem Zusammenhang schließlich auch, daß das Verfahren der Zulassung und des Ausschlusses von Händlern seit der SABA-II-Entscheidung Änderungen erfahren hat, die zu einer Objektivierung derartiger Entscheidungen führen und dem Hersteller keine Handhabe bieten, die Vertriebsbindung zu wettbewerbswidrigen Zwecken zu mißbrauchen.

4. Schließlich eröffnen die dem Grundig-Vertriebssystem zugrunde liegenden Verträge den beteiligten Unternehmen keine Möglichkeiten, für einen wesentlichen Teil der betreffenden Waren den Wettbewerb auszuschalten.

a) Die Beschränkungen, welche die Grundig-Vertriebsbindung enthält, betreffen das Verhältnis zwischen Grundig und ihren Absatzmittlern. Sie haben keine spürbaren Auswirkungen auf das Wettbewerbsverhältnis zwischen Grundig und anderen Herstellern von Unterhaltungselektronik. Insbesondere werden die Händler durch die Vertriebsbindung nicht gehindert, gleichzeitig den Absatz der Waren konkurrierender Hersteller zu betreiben oder zu fördern.

b) Auch auf der Handelsstufe wird der Wettbewerb durch die Grundig-Vertriebsbindung nicht ausgeschlossen.

Dies gewährleistet bereits die inhaltliche Ausgestaltung der Vertriebsverbindung:

Das Anerkennungsverfahren stellt in seiner jetzigen Form sicher, daß alle die Voraussetzungen erfüllenden Händler zum Vertrieb zugelassen werden. Sowohl auf der Großhandels- als auch auf der Einzelhandelsebene können die Grundig-Händler innerhalb der gesamten Gemeinschaft untereinander in Wettbewerb treten. Sie sind in ihrer Preisbildung frei und haben das Recht, die jeweils günstigste Bezugsmöglichkeit zu nutzen, da Lieferungen zwischen Händlern innerhalb des Grundig-Vertriebsnetzes uneingeschränkt zulässig sind.

Darüber hinaus hat Grundig weder im Gemeinsamen Markt insgesamt noch in einem wesentlichen Teil desselben eine Position inne, die es ihr ermöglichen würde, den Wettbewerb auf der Handelsstufe auszuschalten.

Selbst auf dem einzigen Teilmarkt, auf dem Grundig einen höheren Anteil erlangt, dem Markt für Farbfernsehgeräte in der Bundesrepublik Deutschland (Marktanteil: 19,5 %), steht Grundig in einem wirksamen Wettbewerb mit den Unternehmen der Thomson-Brandt-Gruppe (Telefunken, SABA, Nordmende), auf die ein Marktanteil von etwa 23 % entfällt, sowie mit anderen bedeutenden Unternehmen und kann daher mit Hilfe seiner Vertriebsbindung keinen entscheidenden Einfluß auf den Wettbewerb im Handel nehmen. An dieser Einschätzung würde sich angesichts der Wettbewerbslage auch dann nichts ändern, wenn man die Anteile von Grundig und Philips an diesem Teilmarkt aufgrund des Zusammenschlusses der beiden Unternehmen addierte (ca. 33,5 %). Auch gemeinsam sind diese Hersteller nicht in der Lage, einen Ausschluß des Wettbewerbs beim Vertrieb von Farbfernsehgeräten in der Bundesrepublik herbeizuführen. Überdies könnte die Gefahr einer Verschlechterung der Wettbewerbsstrukturen im Handel in dem hier erörterten Zusammenhang nur dann entstehen, wenn Grundig und Philips eine einheitliche, zumindest aber sehr ähnliche Vertriebspolitik verfolgten. Dies ist jedoch nicht der Fall, da Philips in keinem Mitgliedstaat eine Vertriebsbindung praktiziert.

Schließlich ist eine andere Beurteilung auch nicht bei Berücksichtigung des Vorhandenseins ähnlicher Vertriebsbindungssysteme anderer Hersteller angezeigt, wobei ohnehin nur die Situation in der Bundesrepublik eine entsprechende Prüfung nahelegt. Abgesehen davon, daß diese Systeme voneinander in nicht unerheblicher Weise abweichen (EG-weite und nationale Vertriebsbindungen, von Artikel 85 Absatz 1 nicht erfaßte einfache Fachhandelsbindungen und solche mit vertriebsfördernden Verpflichtungen, einstufiger und zweistufiger Vertrieb), haben sie weder zu einer Erstarrung des Preisgefüges, noch zu einem tatsächlichen Ausschluß bestimmter Vertriebsformen geführt.

aa) Obwohl der Gerichtshof in seiner Rechtsprechung (Urteil „Metro", Erwägungsgrund 21 und Urteil in der Rechtssache 107/82 vom 25. 10. 1983 „Selektives Vertriebssystem", Erwägungsgrund 42 [1]) davon ausgeht, daß bei selektiven Vertriebssystemen wegen ihrer Betonung der Serviceleistungen das Schwergewicht nicht auf dem Preiswettbewerb liegt, und dessen Dämpfung im Interesse der Förderung des Wettbewerbs in anderen Bereichen hinnimmt, konnte die Kommission über Jahre hinweg feststellen, daß gerade in dem Mitgliedstaat der Gemeinschaft, in dem derartige Systeme eine weite Verbreitung gefunden haben, allgemein starker Preiswettbewerb auf der Einzelhandelsebene, insbesondere aber auch zwischen Grundig-Händlern besteht. Dies gilt gleichermaßen für die verschiedenen Produktbereiche, wobei häufig selbst bei völlig neuartigen Produkten schon kurz nach der Markteinführung erhebliche wettbewerbsbedingte Preisreduzierungen zu beobachten sind. Generell sind die Preise für Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik trotz technischer Verbesserungen in sehr viel geringerem Maße angestiegen als die allgemeinen Lebenshaltungskosten. So sind heute Farbfernsehgeräte trotz ihrer besseren Ausstattung real gesehen um etwa die Hälfte billiger als 1968.

bb) Die Kommission konnte ebenfalls nicht feststellen, daß durch die selektiven Vertriebssysteme im Bereich der Unterhaltungselektronik bestimmte Vertriebsformen wie Verbrauchermärkte und Selbstbedienungsgroß- und -einzelhändler vom Absatz dieser Erzeugnisse grundsätzlich ausgeschlossen werden. Selbstbedienungshändler werden – wie jeder andere interessierte Händler – durch die Grundig-Vertriebsbindung naturgemäß insoweit vom Vertrieb ausgeschlossen, als sie nicht bereit sind, die Zulassungsvoraussetzungen zu erfüllen, wobei diese überwiegend einen qualitativen Charakter haben und demnach nicht Artikel 85 Absatz 1 unterfallen wenn sie ohne Diskriminierung angewendet werden. Soweit diese Vertriebsformen sich jedoch den Bedingungen der Vertriebsbindung anpassen, haben sie Zugang zu Grundig-Erzeugnissen. Tatsächlich gehören auch mehrere Unternehmen, die ihre Waren überwiegend nach dem Selbstbedienungsprinzip verkaufen, aber bezüglich der Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik Fachabteilungen mit spezialisiertem Personal eingerichtet haben, dem Grundig-Vertriebsnetz an.

Unabhängig von dieser für alle interessierten Händler bestehenden Möglichkeit, selbst die Voraussetzungen für ihre Aufnahme in das Vertriebsnetz eines seinen Absatz durch eine Vertriebsbindung regelnden Herstellers zu schaffen, praktizieren gemeinschaftsweit nur eine Minderheit von Herstellern und auch in der Bundesrepublik nicht alle bedeutenden Hersteller eine Vertriebsbindung. Überdies können Selbstbedienungshändler, die sich – beispielsweise durch Parallelimporte – Waren eines Herstellers beschaffen, der lediglich eine nationale Vertriebsbindung praktiziert, von diesem in der Bundesrepublik rechtlich nicht gehindert werden, seine Erzeugnisse zu vertreiben.

Ein tatsächlicher Ausschluß der oben genannten Vertriebsformen vom Absatz der Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik ist danach weder in der Gemeinschaft insgesamt noch in einem wesentlichen Teil derselben gegeben.

## C. Artikel 6 und Artikel 8 der Verordnung Nr. 17

Grundig hat die EG-Vertriebsbindungen für den Groß- und Einzelhandel am 29. März 1977 bei der Kommission angemeldet. Die angemeldeten Verträge entsprachen in allen wesentlichen Punkten der damaligen Praxis der Kommission und der Rechtsprechung des Gerichtshofs. Im Laufe des

[1] Slg. 1983, S. 3151 ff.

Verfahrens hat die Kommission unter dem Eindruck zahlreicher Ermittlungen in dem betroffenen Industriezweig ihre Beurteilung einzelner, in den Vertriebsbindungsverträgen regelmäßig enthaltener Bestimmungen über das Verfahren bei der Zulassung und dem Ausschluß von Händlern modifiziert. Hinsichtlich der Fachhandelsvoraussetzungen und der Vertriebsförderverpflichtungen, die den materiellen Kern der Vertriebsbindungen darstellen, änderte sich die Auffassung der Kommission nicht.

Nachdem die Kommission Grundig über die Neubewertung einzelner Teile der Zulassungs- und Ausschlußregelungen unterrichtet hatte, hat Grundig eine entsprechende Anpassung der Verträge vorgenommen. Es erscheint daher angemessen, die Erklärung nach Artikel 85 Absatz 3 EWG-Vertrag gemäß Artikel 6 der Verordnung Nr. 17 vom 29. März 1977 an wirksam werden zu lassen. Bis zu dem Zeitpunkt, da die Kommission Grundig ihre geänderte Auffassung mitteilte und ihr Gelegenheit zur Vertragsanpassung gab, kann für die rechtliche Beurteilung der Grundig EG-Vertriebsbindung auf die ursprüngliche Verwaltungspraxis der Kommission abgestellt werden. Es ist nämlich nicht nur festzustellen, daß die Grundig EG-Vertriebsbindung in ihrer alten Form die seinerzeit von der Kommission aufgestellten und vom Gerichtshof bestätigten Freistellungsvoraussetzungen erfüllte, sondern daß auch die von der Kommission vorgenommenen Ermittlungen bezüglich der Struktur des Preiswettbewerbs und der praktischen Handhabung der Vertriebsbindung durch Grundig zu keinen Ergebnissen geführt haben, welche die Freistellbarkeit der Vertriebsbindung hätten in Frage stellen können. Mit der Änderung ihrer Verwaltungspraxis im Hinblick auf das Verfahren der Zulassung und des Ausschlusses von Händlern verfolgt die Kommission das Ziel, die diskriminierungsfreie Anwendung der Vertriebsbindungen zukünftig von vornherein in verstärktem Maße sicherzustellen. Die neue Rechtsauffassung beansprucht keine Geltung für in der Vergangenheit liegende Sachverhalte, da insoweit – wie im Falle Grundig geschehen – tatsächliche Feststellungen über die Handhabung der Vertriebsbindung möglich sind. Die geänderten Grundsätze kommen daher erst von dem oben genannten Zeitpunkt der Unterrichtung Grundigs an zum Tragen.

Die Grundig-Vertriebsbindung, die in ihrem materiellen Kern von Anfang an der insoweit unveränderten Verwaltungspraxis der Kommission entsprach, ist daher sowohl in der angepaßten, als auch in ihrer ursprünglich praktizierten Form vom Tage der Anmeldung an freistellbar.

Unter Berücksichtigung der seit der Anmeldung bereits verstrichenen Zeit ist es angezeigt, die Geltungsdauer dieser Entscheidung nach Artikel 8 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17 bis zum 28. März 1989 festzusetzen. Die Kommission ist damit in der Lage, nach relativ kurzer Zeit die Auswirkungen des Grundig-Vertriebssystems auf den Wettbewerb erneut zu überprüfen.

Die Entscheidung ist mit Auflagen zu verbinden, um der Kommission die Nachprüfung zu ermöglichen, ob Grundig bei Zulassung oder Ausschluß eines Großhändlers oder Einzelhändlers in diskriminierender Weise vorgeht. Grundig muß der Kommission daher jährlich Berichte über die Fälle vorlegen, in denen sie einem Groß- oder Einzelhändler die Zulassung verweigert oder entzogen oder Liefersperren verhängt oder in denen sie Einsicht in die Unterlagen eines „Grundig-Händlers" über die Nummernkontrolle verlangt hat. Die Entscheidung beruht insoweit auf Artikel 8 Absatz 1 der Verordnung Nr. 17 –

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN –

*Artikel 1*

Artikel 85 Absatz 1 des EWG-Vertrags 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 1977 bis zum 28. März 1989.

*Artikel 2*

Dem Unternehmen Grundig AG wird aufgegeben, jährlich, und zwar erstmals zum 31. Dezember 1985, 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.

*Artikel 3*

Diese Entscheidung ist an das Unternehmen

Grundig AG,
Kurgartenstraße 37,
D-8510 Fürth,

gerichtet.

Brüssel, den 10. Juli 1985

*Für die Kommission*

Peter SUTHERLAND

*Mitglied der Kommission*