



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Wettbewerbskommission WEKO
Commission de la concurrence COMCO
Commissione della concorrenza COMCO
Competition Commission COMCO

[Hinweis: Dieses Dokument ist zum Schutz von Amts- und Geschäftsgeheimnissen anonymisiert.]

Schlussbericht des Sekretariats der WEKO vom 8. Mai 2018

in Sachen Vorabklärung gemäss Art. 26 KG betreffend

32-0256: Service Après-Vente für Uhren

wegen allenfalls unzulässigen Wettbewerbsbeschränkungen i.S.v. Art. 5 oder 7 KG

Inhaltsverzeichnis

A	Sachverhalt	4
A.1	Gegenstand	4
A.2	Verfahren	4
A.3	Marktbefragungen	5
A.3.1	Uhrenhersteller	5
	<i>Definition SAV</i>	5
	<i>Ausgestaltung des SAV</i>	6
A.3.1.1	[Uhrenhersteller]	6
A.3.1.2	[Uhrenhersteller]	7
A.3.1.3	[Uhrenhersteller]	8
A.3.1.4	[Uhrenhersteller]	10
A.3.1.5	[Uhrenhersteller]	10
A.3.1.6	[Uhrenhersteller]	12
A.3.1.7	Übersicht	13
A.3.2	Marktgegenseite	14
A.3.2.1	Unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher	14
A.3.2.2	Wiederverkäufer	15
	<i>[Wiederverkäufer]</i>	15
	<i>[Wiederverkäufer]</i>	16
	<i>[Wiederverkäufer]</i>	16
	<i>[Wiederverkäufer]</i>	17
	<i>[Wiederverkäufer]</i>	17
	<i>[Wiederverkäufer]</i>	18
	<i>[Wiederverkäufer]</i>	18
A.3.2.3	[Verband]	19
A.3.3	Erkenntnisse der Marktbefragungen	20
A.4	Verfahren in der EU	21
B	Erwägungen	22
B.1	Geltungsbereich	22
B.2	Vorbehaltene Vorschriften	23
B.3	Unzulässige Wettbewerbsabreden	23
B.3.1	Wettbewerbsabrede	23
B.3.2	Erhebliche Wettbewerbsabreden i.S.v. Art. 5 Abs. 1 KG	24
B.3.2.1	Unerheblichkeit von rein qualitativem Selektivvertrieb	25
B.3.2.2	Marktabgrenzung	30
B.3.2.2.1	Marktabgrenzungen im Verfahren der EU-Kommission	30
B.3.2.2.2	Provisorische Marktabgrenzung	32
B.3.2.2.3	Zwischenfazit	35
B.3.2.3	Erheblichkeit – quantitatives Element	35
B.3.2.4	Keine Unerheblichkeit aufgrund der Marktanteile	35
B.3.2.5	Keine Rechtfertigung ohne Einzelfallprüfung	36

B.3.2.6	Vorliegen von erheblichen Wettbewerbsabreden i.S.v. Art. 5 Abs. 1 KG	36
B.3.2.7	Rechtfertigung aus Gründen der wirtschaftlichen Effizienz i.S.v. Art. 5 Abs. 2 KG.	36
B.3.2.8	Verfahren der EU-Kommission	37
B.3.2.9	Zwischenfazit	37
B.4	Unzulässige Verhaltensweisen marktbeherrschender Unternehmen i.S.v. Art .7 KG?	38
B.4.1	Marktbeherrschende Stellung.....	38
B.4.2	Missbräuchliche Verhaltensweisen marktbeherrschender Unternehmen.....	39
B.4.3	Verfahren der EU-Kommission.....	40
B.4.4	Zwischenfazit	40
C	Erkenntnisse	41

A Sachverhalt

A.1 Gegenstand

1. Beim Sekretariat der Wettbewerbskommission (nachfolgend: Sekretariat) gingen Beschwerden ein, mit denen moniert wurde, dass Nachverkaufsdienstleistungen für Uhren (nachfolgend: SAV) nicht durch unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher vorgenommen werden könnten, da diese nicht mit hierfür erforderlichen Ersatzteilen beliefert würden. Dies habe zur Folge, dass die an Uhren erforderlichen Arbeiten von den Uhrenherstellern bzw. von ihnen autorisierten Partnern durchgeführt werden müssten, was in preislicher Hinsicht erheblich teurer sei, als wenn dies unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher tun würden. Zudem würden letztere davon abgehalten, SAV-Dienstleistungen zu erbringen, den unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher würde die Existenzgrundlage entzogen.¹

A.2 Verfahren

2. Das Sekretariat nahm die Beschwerden zur Kenntnis, verzichtete jedoch zunächst auf die Ergreifung von Ermittlungsmassnahmen, weil die Untersuchungen in Sachen Swatch Group Lieferstopp (32-0224) sowie ETA SA Preiserhöhungen (32-0216) noch hängig waren. Nach Abschluss dieser beiden Untersuchungen im Jahr 2013 (Lieferstopp) und 2014 (Preiserhöhungen) entschied das Sekretariat, den Beschwerden betreffend den SAV nachzugehen, und eröffnete am 24. Oktober 2014 eine Vorabklärung i.S.v. Art. 26 KG².

3. Gleichentags verschickte das Sekretariat Fragebögen an die folgenden Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen: [...].

4. Den genannten Unternehmen wurden verschiedene Fragen im Zusammenhang mit dem SAV gestellt, so namentlich zur Organisation, zur Revision und zu Reparaturen von Uhren. Das Sekretariat beabsichtigte mit den gestellten Fragen herauszufinden, welche Arbeiten im Rahmen einer Revision oder einer Reparatur an einer Uhr vorgenommen werden, wer diese ausführt und wieviel die entsprechenden Leistungen kosten. Daneben wollte das Sekretariat wissen, welche Ersatzteile die befragten Unternehmen selber herstellen, d.h. welche markenspezifisch sind, und zu welchen Bedingungen die entsprechenden Teile an Wiederverkäufer oder Uhrmacherinnen und Uhrmacher geliefert werden. Daneben wurde insbesondere die Einreichung von Unterlagen (u.a. Vertriebsverträge) verlangt.

5. Die umfangreichen Antworten der Unternehmen wurden vom Sekretariat ausgewertet. Dabei stellte sich heraus, dass alleine gestützt auf die Angaben der befragten Unternehmen keine zuverlässige Beurteilung der Sachlage vorgenommen werden konnte. Einerseits waren die Antworten teilweise unvollständig, andererseits fehlten auch Angaben der Marktgegenseite, ohne die eine Verifizierung der Angaben der befragten Unternehmen nicht möglich war. Angesichts dieser Ausgangslage entschied sich das Sekretariat im Herbst 2017 dazu eine zweite Fragebogenrunde durchzuführen und dabei neben den bereits befragten Unternehmen die Marktgegenseite (Wiederverkäufer, [unabhängige] Uhrmacherinnen und Uhrmacher sowie

¹ Daneben beschwerten sich gewisse Konsumentinnen und Konsumenten darüber, dass sie eine kleinere Reparatur hätten vornehmen wollen, dass die betreffende Uhrenmarke jedoch auf die Durchführung einer umfassenderen Arbeit an der Uhr (namentlich einer Revision) bestanden hätte, was wesentlich mehr kosten würde. Dieser Aspekt wurde auch in den Medien thematisiert, bildet jedoch nicht Gegenstand der vorliegenden Vorabklärung. Das Sekretariat behält sich jedoch ausdrücklich vor, diesen Punkt zu einer späteren Zeit separat aufzugreifen.

² Bundesgesetz vom 6.10.1995 über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellgesetz, KG; SR 251).

den [Verband]³) anzuschreiben. Die entsprechenden Antworten gingen zwischen Herbst und Ende 2017 beim Sekretariat ein.

6. Bevor die Ergebnisse der Befragungen wiedergegeben werden, gilt es an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass bei der Europäischen Kommission (nachfolgend: EU-Kommission) ein gleichläufiges Verfahren anhängig war, im Rahmen dessen im Wesentlichen dieselben Vorwürfe vorgetragen wurden wie in dieser Vorabklärung (vgl. Rz 108 ff.).

A.3 Marktbefragungen

7. In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der Befragungen dargelegt, wobei der Ausgestaltung des SAV der befragten Uhrenhersteller das Hauptaugenmerk gewidmet wird. Zunächst gilt es, kurz auf die Definition des Begriffes «SAV» einzugehen.

A.3.1 Uhrenhersteller

Definition SAV

8. Im Rahmen der ersten Fragebogenrunde wurden die ausgewählten Uhrenhersteller nach ihrem jeweiligen Verständnis des Begriffes «SAV» befragt. Die Antworten zeigten, dass die Definitionen der Uhrenhersteller teilweise weit auseinander gingen⁴, sodass sich das Sekretariat zwecks Schaffung einer Beurteilungsgrundlage im Hinblick auf die zweite Fragebogenrunde dazu entschied, den befragten Unternehmen eine Definition der relevanten Begriffe

³ [...] (06.06.2018).

⁴ [...] fasst unter dem Begriff «SAV» die Gesamtheit der Leistungen für Kunden zusammen, die das Ziel verfolgen, den Unterhalt, die Revision und die Reparaturen – mit oder ohne Garantie – sicherzustellen. [...] versteht unter SAV generell den Customer Service, d.h. den technischen Kundendienst, welcher sämtliche Belange der technischen Instandhaltung der Uhr beinhaltet. [...] versteht unter SAV sämtliche Arbeiten an einer Uhr, die nicht direkt mit dem Verkauf zusammenhängen und die deren Unterhalt oder Reparatur sicherstellen. [...], zugehörig zu [...] versteht unter dem Begriff «SAV» eine globale Service-Aktivität, die von der Schweiz aus gesteuert wird. Sie beinhaltet spezifisch Reparaturen und Revisionen mit oder ohne Garantielaufzeit für bereits an eine Endkundin oder einen Endkunden verkaufte Uhren, sei es über eine [...] Boutique oder einen (unabhängigen) Multimarken-Verkaufspunkt. Bei den betroffenen Marken handle es sich um [...], [...] und [...]. [...], ebenfalls zugehörig zu [...] gab im Wesentlichen dasselbe an, weicht in ihrer Antwort jedoch in einem einzigen Punkt ab, sie zählt Revisionen offenbar nicht zum SAV. [...] zu Folge besteht die Aufgabe des SAV darin, die Uhr in einem perfekten Betriebszustand zu halten, sodass sie ein optimales Funktionieren mit der Präzision und der Zuverlässigkeit einer Luxusuhr behält. In diesem Sinne versteht [...] unter SAV den Unterhalt und die Reparatur und im erweiterten Sinne, auch die Erhaltung einer Uhr im optimalen Zustand zwischen dem Moment, in welchem die Uhr die Fabrik verlässt, bis zum Verkauf an eine Endkundin oder einen Endkunden. [...] versteht unter SAV alle Dienstleistungen, auf die der Kunde Anspruch hat, sobald das Produkt verkauft worden ist. Je nach Wunsch des Kunden handle es sich dabei um eine bestimmte Anpassung am Armband oder eine bestimmte Leistung bei der Gravur oder auch um eine Revision der Uhr im Rahmen ihrer Wartung (Wartungsservice oder umfassender Service). Ausserdem würden darunter Eingriffe bei Uhren fallen, die nicht mehr funktionieren.

«SAV»⁵, «Revision»⁶, «Reparatur»⁷, «Andere Arbeiten»⁸ und «SAV-Partner»⁹ vorzugeben. Auf den vom Sekretariat vorgegebenen Definitionen basieren die nachstehenden Ausführungen.

Ausgestaltung des SAV

9. Nachstehend werden die SAV-Systeme der befragten Uhrenhersteller beschrieben. Dies dient dem Zweck, die Mechanismen rund um den SAV im Bereich Uhren verstehen und die damit im Zusammenhang stehenden, kartellrechtlichen Problematiken nachvollziehen zu können.

A.3.1.1 [Uhrenhersteller]

10. Zur [Uhrenhersteller] gehören verschiedene Uhrenmarken unterschiedlichster Preisklassen. Innerhalb der [Uhrenhersteller] gibt es daher eine Markenhierarchie. Diese widerspiegeln laut [...] die technische Komplexität und schlagen sich daher auch in der Organisation des SAV nieder (höhere Anforderungen für SAV-Anbieter in höheren Segmenten).

11. Gemäss [...] werden ihre Uhrenmarken in [...] verschiedene Segmente eingeordnet: [...].

12. [...] hat dem Sekretariat die Verpflichtungserklärungen für autorisierte Service-Anbieter/-innen für alle Marken eingereicht.

13. SAV-Dienstleistungen werden einerseits von den Uhrenmarken der [...] selbst im eigenen Haus erbracht. Sie werden aber andererseits auch von autorisierten Service-Anbietern der Marken durchgeführt. Bei diesen handelt es sich um unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher, die von der [...] resp. der jeweiligen Marke zum SAV zugelassen wurden.

Zulassung zum SAV

14. Jede unabhängige Uhrmacherin und jeder Uhrmacher habe [Uhrenhersteller] zufolge grundsätzlich die Möglichkeit, autorisierter Service-Anbieter für die von ihr oder ihm gewünschte/n Stufe zu werden, vorausgesetzt, sie oder er erfüllt die hierfür erforderlichen Kriterien gemäss Vereinbarung mit der jeweiligen Marke.

15. [...]. Zudem können sich die Zulassungskriterien nach Servicestufe zwischen den Marken (leicht) unterscheiden.

16. Grundsätzlich gibt es drei Stufen von Service-Anbietern, welche sich hinsichtlich der Art der durchzuführenden Arbeiten und damit der Anforderungen an die Service-Anbieter voneinander unterscheiden. [...].

17. Service-Anbieter müssen bestimmte Anforderungen an das Personal (wie bspw. die Ausbildung, Berufserfahrung oder Erfahrung bei Ausführung bestimmter Arbeiten) sowie an

⁵ Als SAV definiert das Sekretariat Revisionen von Uhren, Reparaturen von defekten Uhren und andere Arbeiten an einer Uhr, die nach dem Verkauf der Uhr vorgenommen werden.

⁶ Unter einer Revision sind Arbeiten an einer Uhr zu verstehen, mit denen eine defekte oder nicht defekte Uhr einer Analyse (Diagnose) unterzogen wird und mit welchen die korrekte Funktionsweise sowie die Instandhaltung einer Uhr sichergestellt werden.

⁷ Eine Reparatur ist die Behebung eines spezifischen Defekts an einer Uhr, welcher entweder deren Funktionsfähigkeit oder die Ästhetik beeinträchtigt oder das Tragen der Uhr verunmöglicht.

⁸ Darunter sind Arbeiten zu verstehen, die von den Definitionen der Begriffe «Revision» und «Reparatur» nicht erfasst werden und die von einer Konsumentin und einem Konsumenten einzeln nachgefragt werden (z.B. Batteriewechsel oder Anpassen des Armbands).

⁹ Ein SAV-Partner ist eine rechtlich und wirtschaftlich unabhängige (juristische oder natürliche) Person, die autorisiert ist, SAV-Arbeiten an Uhren durchzuführen.

die Ausrüstung (teils markenspezifische Werkzeuge und Geräte) und andere Aspekte wie z.B. die Räumlichkeiten, in denen SAV-Arbeiten durchgeführt werden, erfüllen.

18. Anders geregelt sind die Zulassungskriterien für die Marken des Prestige-Segments, welche gemäss [Uhrenhersteller] eine deutlich höhere Komplexität in den Konstruktionen der Werke wie auch der Gehäuse und Bänder aufweisen würden und die entsprechend höhere Anforderungen von den Service-Anbietern erforderten.

[Aufgaben und Pflichten der zum SAV zugelassenen Unternehmen]

19. Die folgenden Aufgaben sind von den zum SAV autorisierten Service-Anbietern vorzunehmen, die je nach Marke leicht variieren können: [...] Technische und ästhetische Endkontrolle sowie Gewährung der markenspezifischen Service-Garantie gemäss Weisung des Markenunternehmens

20. Zusätzlich zu diesen Aufgaben obliegen den Servicepartnern andere Pflichten, welche für die meisten Marken auf allen drei Stufen erfüllt sein müssen, so u.a. [...] ¹⁰.

Lieferung Ersatzteile an unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher

21. Ersatzteile für die Erbringung von SAV-Dienstleistungen werden gemäss [...] an Servicepartner entsprechend ihrer Zulassung geliefert. [Uhrenhersteller] [...]. Basis des selektiven Vertriebssystems für Ersatzteile seien objektive Kriterien im Bereich von Ausrüstung, Ausbildung des technischen Service-Personals und [...]. [...] führte weiter aus, dass die (Auswahl-)Kriterien nicht an eine Marken-Vertretung gebunden seien und es allen potenziellen Partnern, welche die Kriterien erfüllen, offenstehe, Uhren-Ersatzteile der entsprechenden Marke zu beziehen, solange [...]. [...]. Die rechtliche Würdigung des SAV-Systems von [...] und der anderen im Fokus stehenden Uhrenmarken erfolgt an späterer Stelle (vgl. Rz 126 ff.).

Austauschbarkeit von Ersatzteilen

22. Gehäuse und Zifferblätter seien gemäss [...] stets markenspezifisch. [...]. Im Vertrieb seien ausserdem Bänder für genormte Band-Anstösse, Dichtungen, Schrauben, Standard-Zeiger etc. generisch.

A.3.1.2 [Uhrenhersteller]

23. Zur [Uhrenhersteller] gehören die folgenden Uhrmarken: [...]. [Uhrenhersteller] hat die Fragebogen des Sekretariats für all diese Marken beantwortet und die selektiven Vertriebsverträge dieser Marken eingereicht.

24. In diesen Vertriebsverträgen wird festgehalten, dass es für den SAV eine separate Vereinbarung benötigt. Bis [...] hat [Uhrenhersteller] bzw. haben die Uhrenmarken von [Uhrenhersteller] in der Schweiz keine separaten SAV-Verträge mit Wiederverkäufern oder Uhrmacherinnen und Uhrmachern abgeschlossen. Im Jahr [...] habe [Uhrenhersteller] beschlossen [...], ihr SAV-System anzupassen und implementierte ein neues SAV-System. Für jeden schweizerischen oder europäischen Partner, der mit Ersatzteilen beliefert werden möchte, ist ein Zulassungsverfahren vorgesehen. [Uhrenhersteller] rechtfertigt dieses System mit der Notwendigkeit, die Qualität der Reparaturen an den Uhren zu kontrollieren. [Uhrenhersteller] gab an, dass sämtliche Uhrenmarken ihrer Gruppe den SAV in einem rein qualitativen selektiven Vertriebssystem organisiert hätten mit Ausnahme der Marken [...].

25. [Uhrenhersteller] [...].

¹⁰ Von Reparaturzentren, die lediglich eine Verpflichtungserklärung der Stufen 1 oder 2 unterschrieben haben, dürfen nur die für diese Stufe zugelassenen Ersatzteile bezogen werden.

26. Grundsätzlich werde der SAV gemäss [Uhrenhersteller] entweder über die SAV-Plattform, in der Manufaktur oder durch eine zugelassene Uhrmacherin und einen zugelassenen Uhrmacher durchgeführt. Eine zugelassene Uhrmacherin und ein zugelassener Uhrmacher könne gleichzeitig Wiederverkäufer sein, das sei jedoch nicht zwingend erforderlich.

Zulassung zum SAV

27. Um zum System für den SAV an Uhren der Marken [...] zugelassen zu werden, muss ein potenzieller SAV-Dienstleister laut [Uhrenhersteller] bestimmte Kriterien erfüllen. Diese betreffen u.a. [...].

[Aufgaben und Pflichten der zum SAV zugelassenen Unternehmen]

28. Die Aufgaben der zum SAV zugelassenen Uhrmacherinnen und Uhrmacher werden im von [Uhrenhersteller] beilegelegten SAV-Vertrag der Marke [...] definiert. In Anhang 2 dieses Vertrages werden die Reparaturen und Serviceleistungen, die eine zugelassene Uhrmacherin und ein zugelassener Uhrmacher durchführen darf, individuell aufgelistet. Auch bei [Uhrenhersteller] sind die auszuführenden Arbeiten von SAV-Partnern nach deren Komplexität gegliedert; [...].

29. Zudem werden den Uhrmacherinnen und Uhrmachern mit diesem Vertrag verschiedene Verpflichtungen auferlegt wie bspw. [...].

Lieferung Ersatzteile an unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher

30. [...].

31. In einigen Uhren der [...] -Marken seien gemäss [Uhrenhersteller] Uhrwerke enthalten, die nicht nur für [Uhrenhersteller]-Uhren gebraucht werden könnten (namentlich ETA-Uhrwerke) und die deshalb auch für unabhängige Uhrmacherinnen und unabhängige Uhrmacher bei anderen Herstellern (ETA) erhältlich seien. [...].

32. Für gewisse Marken und Modelle mache es [...] zufolge keinen Sinn, ein solches SAV-System einzuführen. Es sei ökonomisch gesehen für unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher nicht erstrebenswert, die Investitionen zu tätigen, die notwendig wären, um gewisse Uhrenmodelle, die selten verkauft würden und technisch sehr kompliziert seien, reparieren zu können, da die Nachfrage nach der Reparatur solcher Modelle sehr gering sei. Gleichzeitig wäre es auch für [Uhrenhersteller] eine grosse Belastung, die Zulassung und Ausbildung für die Reparatur solcher Uhren zu organisieren.

Austauschbarkeit von Ersatzteilen

33. Gemäss [Uhrenhersteller] müsse man bei den Uhrenbestandteilen unterscheiden zwischen Teilen der Habillage (Verkleidung), die nicht direkt mit dem Uhrwerk verbunden sind, und Teilen, die direkt mit dem Uhrwerk verbunden sind. Die Teile, die zur Habillage gehören, erhalte man typischerweise nur bei den entsprechenden Marken.

34. Bei den Teilen, die direkt mit dem Uhrwerk verbunden sind, müsse unterschieden werden zwischen jenen, die von Dritten (z.B. ETA) und solchen, die intern hergestellt werden. Solche, die von Dritten hergestellt werden (und nicht schon gezielt für eine bestimmte Marke erstellt wurden), könnten allenfalls auch bei Dritten bezogen werden. Bei Teilen, die markenintern hergestellt werden, sei die Uhrenmarke in der Regel die einzige Lieferantin.

A.3.1.3 [Uhrenhersteller]

35. Zu [Uhrenhersteller] gehören die folgenden Uhrmarken: [...]. Von [...] haben alle Unternehmen einen separaten Fragebogen beantwortet und eingereicht.

36. [...] hat im Jahr 2014 einen SAV-Vertrag eingeführt und seitdem [...] SAV-Partner zugelassen. [...]. [...] verfügt über keine schriftlichen Verträge für den SAV, arbeitet eigenen Aussagen zufolge mit [...] autorisierten SAV-Partnern zusammen. [...] verfügt über ein eigenes (internes) SAV-Zentrum, arbeitet daneben auch mit [...] autorisierten (externen) Servicecentern zusammen. Hinzu kommt, dass zugelassene Wiederverkäufer einen genügenden SAV erbringen müssen. [...] verfügt über schriftliche Verträge betreffend den SAV. [...] hat eigenen Angaben zufolge keinen SAV-Vertrag eingeführt und beliefert alle unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher mit Ersatzteilen.

37. Aufgrund des Umstandes, dass [...] zahlreiche SAV-Arbeiten (auch für andere Marken von [...]) ausgeführt hat, wird illustrativ und stellvertretend für [...] für die nachstehenden Ausführungen auf die Angaben von [...] abgestellt.

38. Reparaturen an Uhren von [...] können durchgeführt werden von [...] selber, einem autorisierten Reparaturbetrieb oder einem autorisierten Einzelhändler (Wiederverkäufer).

Zulassung zum SAV

39. Gemäss dem ersten Anhang des SAV-Vertrags von [...] muss ein zugelassener Reparaturbetrieb (Reparateur) über ein sauberes, isoliertes Atelier verfügen, ein offizielles Uhrmacher-Diplom oder genügend Berufserfahrung mit gleichzeitiger Prüfung des Betriebs durch andere Luxusuhrenmarken vorweisen können und verschiedenes (teilweise spezifisches) Equipment haben.

[Aufgaben und Pflichten der zum SAV zugelassenen Unternehmen]

40. Im SAV-Vertrag von [...] werden folgende Verpflichtungen formuliert:

- Wenn die Uhrmacherin oder der Uhrmacher nicht alle Leistungen, für welche er das Produkt erhalten hat, erfüllen kann, schickt er das Produkt in das offizielle Reparaturzentrum von [...].
- Der Reparateur setzt für die Reparaturen nur Arbeitskräfte ein, die den qualitativen Kriterien entsprechen, er sorgt für einen schnellen und freundlichen Service und genügt den hohen qualitativen Anforderungen, die mit der Marke verbunden sind.
- Für alle Uhrmacherinnen und Uhrmacher, die Uhren reparieren wollen, welche ein intern produziertes Kaliber enthalten, ist eine Ausbildung obligatorisch. Bevor der Reparateur diesen Kurs nicht erfolgreich durchlaufen hat, hat er keinen Zugang zu Ersatzteilen für intern produzierte Uhrwerke.
- Der Reparateur muss während der ganzen Vertragsdauer die vertraglich vorgegebene Ausrüstung und die Werkzeuge in Stand halten. Der Reparateur kauft auf seine Rechnung alle zusätzlichen Werkzeuge oder die notwendige Ausrüstung (wie vom Lieferanten vorgeschrieben).

Lieferung Ersatzteile an unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher

41. Ein SAV-Partner darf nur Ersatzteile der Marke [...] kaufen, was er bei [...] oder einem anderen zugelassenen Einzelhändler beziehungsweise einer Uhrmacherin oder einem Uhrmacher tun kann, sofern sie ihren Sitz in der Schweiz haben. Zudem garantiert der SAV-Partner, dass die Ersatzteile von [...] nicht mit Dritten getauscht, Dritten zur Verfügung gestellt oder ihnen verkauft werden, ausser den Endverbraucherinnen und Endverbraucher oder anderen von [...] zugelassenen SAV-Partnern.

Austauschbarkeit von Ersatzteilen

42. [...] hat angegeben, dass gewisse Uhrwerke und generell alle Elemente der Verkleidung (das Zifferblatt, der Zeiger, das Gehäuse, das Armband, die Schliesse) markenspezifisch seien. [...] ergänzt, dass dies insbesondere auf die Beifügung der Marke [...] und das markeneigene Design dieser Elemente zurückzuführen sei.

A.3.1.4 [Uhrenhersteller]

43. Zu [Uhrenhersteller] [...].

44. SAV-Dienstleistungen werden entweder von [...] selber oder von [...].

45. [...] vereinbart mit ihren zugelassenen Wiederverkäufern keine spezifischen Verträge zum SAV. [...] schliesst mit den Wiederverkäufern selektive Vertriebsverträge betreffend den Verkauf von Uhren ab, [...].

Zulassung zum SAV

46. Zugelassen zum Produkteverkauf sind Wiederverkäufer, die den selektiven Vertriebsvertrag unterzeichnet haben. Den für den SAV relevanten Klauseln zufolge muss [...].

[Aufgaben und Pflichten der zum SAV zugelassenen Unternehmen]

47. Ein zugelassener Wiederverkäufer hat nach dem selektiven Vertriebsvertrag von [Uhrenhersteller] die folgenden Aufgaben wahrzunehmen bzw. die folgenden Leistungen zu erbringen. [...].

Lieferung Ersatzteile an unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher

48. In der Schweiz liefert [...] Ersatzteile nur an [...]. Die von [...] angegebenen Gründe hierfür sind, dass [...] es der Schutz der Konsumentin und des Konsumenten erfordere, dass der SAV nur Uhrmacherinnen und Uhrmacher anvertraut werde, deren Fähigkeiten strikt kontrolliert würden und die über das Werkzeug und die Ausrüstung verfügten, welche für die Vornahme von Interventionen (d.h. Arbeiten an einer Uhr) erforderlich seien.

Austauschbarkeit von Ersatzteilen

49. [...] gibt an, dass mit Ausnahme von Verbrauchsmaterialien wie Dichtungen, Schmier- oder Klebstoffen [...]. Deshalb handle es sich bei beinahe sämtlichen Teilen um nicht-substituierbare, [...]-spezifische Teile.

A.3.1.5 [Uhrenhersteller]

50. [Uhrenhersteller] hat mit ihren Wiederverkäufern selektive Vertriebsverträge [...] betreffend den Verkauf von Uhren vereinbart. [...].

51. SAV-Dienstleistungen für Produkte der Marke [Uhrenhersteller] werden durchgeführt von [Uhrenhersteller] selber sowie von zum SAV zugelassenen Wiederverkäufern.

Zulassung zum SAV

52. [...]. Darin verpflichtet sich ein zugelassener Wiederverkäufer, SAV-Dienstleistungen für sämtliche [Uhrenhersteller]-Produkte zu garantieren, seien diese von der Garantie erfasst oder nicht und unabhängig vom Ort, wo ein Produkt gekauft wurde. Der zugelassene Wiederverkäufer kann die Arbeiten selber vornehmen oder von [Uhrenhersteller] ausführen lassen. Der SAV ist in Übereinstimmung mit [...] vorzunehmen.

53. Der Wiederverkäufer verpflichtet sich zudem, sicherzustellen, dass die Marge auf Reparaturen, die nicht von der Garantie gedeckt sind, nicht exzessiv ist und den Interessen von Kundinnen und Kunden Rechnung trägt.

54. [Der Vertrag] beschreibt die von [Uhrenhersteller], zugelassenen Wiederverkäufern und unabhängigen Reparaturzentren¹¹ zu erfüllenden Kriterien.

55. [Uhrenhersteller] gibt an, dass sie die Anzahl der zugelassenen SAV-Zentren für [Uhrenhersteller]-Uhren nicht beschränken möchte. Entscheidend sei einzig, dass eine Uhrmacherin und ein Uhrmacher ein Minimum an qualitativen Anforderungen erfülle, namentlich die folgenden:

- Erfolgreiches Absolvieren einer der kostenlosen Ausbildungskurse;
- Einhalten der Anforderungen an die Sauberkeit und Organisation des Reparaturateliers und
- Aufweisen unverzichtbarer Ausrüstung und Werkzeuge.

[Aufgaben und Pflichten der zum SAV zugelassenen Unternehmen]

56. Die [Aufgaben und Pflichten] sind für zugelassene Wiederverkäufer und zugelassene Uhrmacherinnen und Uhrmacher unterschiedlich. Zugelassene Wiederverkäufer

- sollen die Betreuung und die Nachsorge schnell und effizient vornehmen;
- müssen den Konsumentinnen und Konsumenten eine technische Beratung anbieten;
- sollen den empfohlenen Preisen von [Uhrenhersteller] Rechnung tragen¹²;
- verfügen über Kenntnisse der Produktlinien von [Uhrenhersteller] sowie ihre wesentlichen technischen Charakteristiken;
- haben ein gutes Verständnis der wichtigsten SAV-Arbeiten (Interventionen) und
- verfügen über komplette, regelmässig kontrollierte [Uhrenhersteller]-spezifische Geräte.

57. Zugelassene unabhängige Reparaturzentren

- beachten die von den Distributoren¹³ empfohlenen Reparaturpreise;
- verfügen über einen ausreichenden, qualifizierten Uhrmacher-Service mit kompetenten und erfahrenen Uhrmacherinnen und Uhrmachern, die einen technischen Erstausbildungskurs und periodische Auffrischkurse besuchen;
- haben administratives Personal mit guten Kenntnissen der gesamten [Uhrenhersteller]-Kollektion;
- müssen in einem adäquaten Lokal eingerichtet sein;
- müssen mit den erforderlichen Apparaten und Werkzeugen ausgerüstet sein und
- halten einen Lagerbestand an Ersatzteilen, der den Bedürfnissen seiner Distributionszone entspricht.

¹¹ [...].

¹² Bei diesen handelt es sich gemäss [...] um empfohlene Preise, die Wiederverkäufer könnten einer Kundin oder einem Kunden einen anderen (als den empfohlenen) Preis anbieten. Dazu könnten noch Transport- und Managementkosten oder Rabatte hinzugerechnet werden.

¹³ [...].

Lieferung Ersatzteile an unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher

58. [Uhrenhersteller] liefert Ersatzteile an Uhrmacherinnen und Uhrmacher sowie Wiederverkäufer, wenn sie für den SAV zugelassen sind.

Austauschbarkeit von Ersatzteilen

59. [Uhrenhersteller] gibt an, dass sämtliche [Teile der Habillage] wie bspw. das Gehäuse (inkl. Krone und Drücker), die Lunette (inkl. Schrauben und Federn), das Armband, Zifferblatt und der Zeiger [Uhrenhersteller]-spezifisch seien und nicht mit Komponenten anderer Marken ersetzt werden könnten.

60. Mouvements, die von [Uhrenhersteller] hergestellt sind, könnten ihren Angaben nach nicht mit einem Mouvement einer anderen Marke ausgetauscht werden. Mouvements, die von einem Lieferanten bezogen wurden, könnten physisch mit einem Mouvement eines ähnlichen Kalibertyps ersetzt werden. Allerdings stünden einem solchen Austausch zwei Hindernisse entgegen, nämlich die sog. COSC-Zertifizierung¹⁴ sowie die für alle COSC-zertifizierten Mouvements von [...].

A.3.1.6 [Uhrenhersteller]

61. SAV-Dienstleistungen für Produkte der Marke [...] werden durchgeführt von Unternehmen oder Institutionen, die zur [Uhrenhersteller]-Gruppe gehören, unabhängigen, autorisierten Wiederverkäufern und unabhängigen zugelassenen Servicecentern.

62. In der Schweiz hat [Uhrenhersteller] bis heute [...] SAV-Vertrag mit [...] abgeschlossen. Der SAV ist [...] geregelt.

Zulassung zum SAV

63. Generell hält [Uhrenhersteller] fest, dass nur Uhrmacherinnen und Uhrmacher, welche über eine spezifische Ausbildung verfügen, SAV-Dienstleistungen erbringen dürften. Deren «Interventionsniveau» müsse mindestens dem Kaliber einer Uhr entsprechen, die bearbeitet werden soll. Nur wenn eine Uhrmacherin oder ein Uhrmacher über entsprechende Ausbildungen verfüge, werde er für die Bearbeitung einer Uhr zugelassen.

[Aufgaben und Pflichten der zum SAV zugelassenen Unternehmen]

64. Im [...] ist festgehalten, dass ein Wiederverkäufer berechtigt ist, den Basis-Kundenservice auszuführen (...). Ausgeschlossen seien gemäss [Uhrenhersteller] sämtliche anderen Unterhalts- oder Reparaturarbeiten, die der Kompetenz einer Uhrmacherin oder eines Uhrmachers bedürften. Der Wiederverkäufer müsse über eine genügende Menge Ersatzteile verfügen, um einen schnellen und effizienten Kundenservice gewährleisten zu können.

65. Wiederverkäufer ohne zertifizierte Uhrmacherinnen und Uhrmacher dürften gemäss [Uhrenhersteller] ausschliesslich den Basis-Kundenservice ausführen. Seien weitergehende Interventionen an einer Uhr erforderlich, so habe ein Wiederverkäufer [...] weiterzuleiten, damit diese die erforderlichen SAV-Arbeiten vornehmen könne.

66. Die Prüfung der Kandidaturen folge einem standardisierten Zulassungsprozess, der auf qualitativen Kriterien beruhe. Die Verifikation beinhalte, dass [...] Uhrmacherinnen und Uhrmacher würden eine Basisausbildung sowie regelmässige Folgeausbildungen absolvieren. [...] Auf der Basis des technischen Tests, der Ausbildungen und der Qualität des Ateliers der

¹⁴ [...].

Uhrmacherin oder des Uhrmachers bestimme [Uhrenhersteller] den zugelassenen Interventionsgrad für jedes Atelier, was ausschlaggebend dafür sei, welche Produkte dort repariert und unterhalten werden dürften. [Uhrenhersteller] habe verschiedene Schwierigkeitsniveaus für die Interventionen definiert, die global gleichermassen angewendet würden.

Lieferung Ersatzteile an unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher

67. [Uhrenhersteller] liefere Ersatzteile, die für einfache Dienste nötig sind, an alle Personen, die eine Uhrmacherausbildung haben. Bei diesen Ersatzteilen handle es sich z.B. um [...], usw. Die anderen Ersatzteile werden von [Uhrenhersteller] nur an die zum SAV zugelassenen Wiederverkäufer geliefert.

68. [Uhrenhersteller] gibt an, dass es sehr selten sei, dass Wiederverkäufer, die nicht zum SAV zugelassen sind, Ersatzteile nachfragen.

Austauschbarkeit von Ersatzteilen

69. Markenspezifisch und damit nicht substituierbar seien nach Angaben von [Uhrenhersteller] diejenigen Teile einer mechanischen Uhr oder einer Uhr mit Quarzwerk, die vollständig von [Uhrenhersteller] entwickelt und hergestellt wurden oder die von Drittlieferanten bezogen, aber von [Uhrenhersteller] spezifiziert wurden.

A.3.1.7 Übersicht

70. Im Sinne einer Übersicht präsentiert sich die Situation betreffend die SAV-Systeme der befragten Uhrenhersteller wie in der nachstehenden Tabelle dargestellt.

Tabelle 1: Übersicht der SAV-Systeme¹⁵

	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Selektives VS im Verkauf:	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Selektives VS im SAV:	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Spezieller Vertrag:	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Zulassung zum SAV						
Hersteller (eigenes Zentrum):	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Zugel. Wiederverkäufer:	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Zugel. unabh. Uhrmacher:	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Unabhängiger Uhrmacher:	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Teilweise austauschbar:	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

Anzahl SAV-Fälle im Jahr 2016

71. Das Sekretariat hat die befragten Uhrenhersteller auch gebeten, die Anzahl erbrachter SAV-Dienstleistungen anzugeben. Eine entsprechende Übersicht gibt die nachfolgende Tabelle.

¹⁵ Anmerkungen zu den Angaben der [Uhrenhersteller]: [...].

Tabelle 2: Anzahl Revisionen und andere Arbeiten im Jahr 2016¹⁶

[Geschäftsgeheimnis]

72. Betrachtet man die Tabelle 2, so fällt auf, dass nicht alle der befragten Unternehmen die Fälle nach Revisionen und anderen Arbeiten aufgeteilt haben. Darüber hinaus haben auch nicht alle Unternehmen angegeben, in wie vielen Fällen es sich um Garantiarbeiten handelt. Mehrere Unternehmen scheinen Reparaturarbeiten im Rahmen von Revisionen durchzuführen, d.h. Revisionsarbeiten scheinen offenbar in wenigen Fällen von Kundinnen und Kunden direkt nachgefragt zu werden (dies sagt bspw. [...] und auch [...] explizit, (vgl. Fn [...] und Rz [...]). Hinzu kommt, dass aus den Antworten nicht klar hervorgeht, in welchen Fällen der angegebenen und durchgeführten Revisionen solche auch (objektiv) notwendig waren.

A.3.2 Marktgegenseite

73. Zwecks Verifizierung der Darstellungen der Uhrenhersteller und um die kartellrechtlichen Problematiken, die mit den SAV-Systemen der Uhrenhersteller einhergehen können, einschätzen zu können, werden in diesem Abschnitt die Stellungnahmen der Marktgegenseite dargelegt. Begonnen wird mit den unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher, gefolgt von den Wiederverkäufern und abgeschlossen mit dem [Verband]¹⁷.

A.3.2.1 Unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher

74. Der Einfachheit halber werden die Stellungnahmen der unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher in konsolidierter Form wiedergegeben.

75. Von den unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmachern wird zunächst bemängelt, dass von Uhrenherstellern für die Zulassung zum SAV die Anschaffung von spezifischem Werkzeug und Maschinen verlangt werde, was ihrer Ansicht nach nicht zwingend erforderlich sei, um SAV-Arbeiten ausführen zu können. Mehrere Uhrmacherinnen und Uhrmacher sagten aus, dass zahlreiche Werkzeuge und Maschinen für Werke verschiedener Uhrenhersteller verwendet werden könnten. Zudem überstiegen die von Uhrenherstellern geforderten Anforderungen an das Atelier in finanzieller Sicht die Möglichkeiten der unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher. Kritisiert wurde auch, dass bestimmte Uhrenhersteller von SAV-Partnern verlangten, Uhren zu verkaufen; die befragten unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher monierten dabei insbesondere den fehlenden Bezug zwischen dem Verkauf von Uhren und der Erbringung von SAV-Dienstleistungen für solche. Ins Feld geführt wurde von gewissen unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher auch, dass der Berufsstand durch die SAV-Politik der Uhrenhersteller gefährdet sei; ohne Ersatzteile beziehen zu können bestünde für unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher kein Raum für die Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeit.

76. Was die Nachteile der SAV-Politik der Uhrenhersteller angeht, so sagten mehrere der befragten unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher aus, dass die Uhrenhersteller versuchen würden, das Preisniveau für SAV-Dienstleistungen zu erhöhen. Würden unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher uneingeschränkt mit Ersatzteilen beliefert, wären sie in der Lage, SAV-Arbeiten so durchzuführen, wie sie eine Konsumentin oder ein Konsument nachfrage, wodurch für sie oder ihn keine Kosten für Arbeiten entstünden, die sie oder er gar nicht nachfrage. Zudem führten einige Uhrmacherinnen und Uhrmacher als Nachteil an, dass das Einschicken, Analysieren, Erstellen eines Kostenvoranschlags, Durchführen der erforderlichen

¹⁶ Anmerkungen zu den Angaben der Hersteller: [...].

¹⁷ Der [Verband] steht für die Interessen der unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher ein.

Arbeiten an der Uhr und das Retournieren derselben in zeitlicher Hinsicht länger dauere, als wenn eine Uhrmacherin oder ein Uhrmacher die Arbeiten selber und direkt ausführen könne.

A.3.2.2 Wiederverkäufer

77. Die Stellungnahmen der Wiederverkäufer werden separat ausgewiesen, da diese nicht nur Uhren verkaufen, sondern auch (bestimmte) SAV-Dienstleistungen für die Uhrenhersteller erbringen. In diesem Sinne sind die meisten der befragten Wiederverkäufer zu den SAV-Systemen der Uhrenhersteller zugelassen.

[Wiederverkäufer]

78. [Wiederverkäufer] (nachfolgend: [...]) äussert [...] zum SAV-System der [...], welches sie als nachvollziehbar und auf vernünftiger Basis abgestützt einschätzt, insbesondere deshalb, weil sich die vertraglichen Verpflichtungen nicht auf eine Person, sondern auf das Atelier und dessen Ausstattung beziehen. Zum umgekehrten Schluss kommt [Wiederverkäufer] hinsichtlich der Verpflichtungen, welche die Uhrenhersteller [...] auferlegen; die entsprechenden Zertifizierungskriterien müssten auch vom Personal erfüllt werden. [Wiederverkäufer] führte diesbezüglich weiter aus, dass insbesondere die Vorgaben der [...] hinsichtlich spezifischer Werkzeuge, Starter-Kits und Schulungen [...] angemessen seien und [...] Kosten verursachen würden.

79. Was die Qualifikation von Uhrmacherinnen und Uhrmachern angeht, so gab [Wiederverkäufer] an, dass eine Uhrmacherin oder ein Uhrmacher mit abgeschlossener Berufsausbildung grundsätzlich in der Lage sei, SAV-Arbeiten an Uhren durchzuführen. Jedoch könne es die Komplexität einer Uhr erfordern, dass eine ausgebildete Uhrmacherin oder ein ausgebildeter Uhrmacher eine Markenausbildung benötige, um Uhren revidieren/reparieren zu können. Hinsichtlich der markenspezifischen Werkzeuge gab [Wiederverkäufer] an, dass diese nur in seltenen Fällen für mehrere Uhrenmarken verwendbar seien.

80. Zu den im Raum stehenden Vorwürfen (nachfolgend: im Raum stehende Vorwürfe)¹⁸ hielt [Wiederverkäufer] fest, dass sie davon ausgeht, dass es den Markenherstellern darum gehe, eine einwandfreie Service-Qualität zu gewährleisten. Dass Qualitätsanforderungen an die SAV-Partner gestellt und dass gewisse Unternehmen nicht mehr mit Ersatzteilen beliefert würden, sei für [Wiederverkäufer] nachvollziehbar. Doch sollten nach Ansicht von [Wiederverkäufer] die an SAV-Partner gestellten Anforderungen verhältnismässig bleiben und in dieser Hinsicht seien gewisse Uhrenhersteller [...]. [...].

81. Zu den Vorteilen, dass eine Uhrenmarke SAV-Arbeiten selber durchführt, hielt [Wiederverkäufer] zunächst fest, dass sie solche nicht ausschliessen könnte. Nach Ansicht von [Wiederverkäufer] möchte eine Konsumentin oder ein Konsument, dass seine Uhr kostengünstig und zeitnah repariert werde; Uhrenmarken, welche keine oder nur sehr eingeschränkt Ersatzteile an Retailer liefern, würden eine zeitnahe Reparatur [...] verhindern. Hinzu komme [Wiederverkäufer] zufolge, dass von [...] Uhrenmarken [...] zu früh eine komplette Revision angeboten werde, obwohl die Konsumentin oder der Konsument dies nicht wünsche. Nachvollziehbar sei für [Wiederverkäufer] hingegen, dass Reparaturen an komplizierten Funktionen (Tourbillon, Doppelchronograph etc.) nur von den Uhrenmarken ausgeführt werden sollten.

¹⁸ Vgl. PETER SIEGENTHALER, Luxus-Uhr: Wenn Leidenschaft zur Leidenszeit wird, 2015, <https://www.swissinfo.ch/ger/wirtschaft/schweizer-markenhersteller-in-der-kritik_luxus-uhr--wenn-leidenschaft-zur-leidenszeit-wird/43167248> (06.06.2018). In diesem Artikel ist folgender Satz zu lesen: «Viele Uhrenfachgeschäfte erhalten von Schweizer Markenherstellern keine Ersatzteile mehr, weil diese den Service an sich reissen und monopolisieren wollen.».

*[Wiederverkäufer]*¹⁹

82. *[Wiederverkäufer]* hält zur Anzahl durchgeführter Revisionen fest, dass der Anteil Revisionen, die von Endkundinnen und Endkunden nachgefragt würden, gemessen an der Anzahl gesamthaft durchgeführter Reparaturen [...] sei. [...].

83. Was die Zulassungskriterien für den SAV angeht, so werde (insbesondere von den Marken [...]) oft die Ausrüstung (Werkzeuge) geprüft; [...]. *[Wiederverkäufer]* merkte an, dass der Bezug von Ersatzteilen faktisch bislang auch immer möglich gewesen sei für Filialen, die noch nicht zertifizierte SAV-Partner [...]. Zulassungsverweigerungen für [...] würden meistens nicht mit der Ausbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sondern mit der Ausrüstung (Geräten) begründet.

84. *[Wiederverkäufer]* sind keine Alternativen zu den Originalersatzteilen der Uhrenmarken bekannt. Für jede Uhr würden gemäss *[Wiederverkäufer]* Ersatzteile produziert, die zum spezifischen Produkt passen und für zehn Jahre halten sollten. Mit der Ausnahme von klassischen Lederbändern sei es fast unmöglich, andere Ersatzteile als die Originalersatzteile für eine Reparatur zu verwenden.

85. Hinsichtlich der zu tätigen Investitionen erachtet *[Wiederverkäufer]* diese in Bezug auf die Werkzeuge und die Ausbildung als [...], bauliche Massnahmen mussten keine vorgenommen werden.

86. In puncto Qualifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gab *[Wiederverkäufer]* an, dass bereits eine Verkäuferin oder Verkäufer ohne Uhrmacherausbildung, welche die nötigen Schulungskurse verfolgt habe, über die Qualifikation verfüge, einfache Uhrmacher-Arbeiten auszuführen (Band kürzen, Batterie wechseln, Wasserdichte prüfen etc.). Der Besuch der von den Uhrenherstellern angebotenen Kurse erlaube es Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die [...] zu meistern. Grundsätzlich habe eine Uhrmacherin oder ein Uhrmacher mit abgeschlossener Berufsausbildung die Qualifikation, um sämtliche SAV-Arbeiten an Uhren durchzuführen. Es gebe nur eine Ausbildung zur Uhrmacherin oder zum Uhrmacher und daher keine Unterschiede in den Ausbildungsstandards.

87. [...].

88. Was den Verkauf von Uhren als Zulassungskriterium betrifft, so gab *[Wiederverkäufer]* an, dass beim Verkauf von Uhren einer bestimmten Marke [...] fast automatisch zum SAV an Uhren dieser Marke autorisiert werde ([...]). [...] Bezogen auf die Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von *[Wiederverkäufer]* und die Ausrüstung der Filialen sei der Verkauf von Uhren einer bestimmten Marke für die Erbringung von einfacheren SAV-Arbeiten an Uhren dieser Marke aus Sicht von *[Wiederverkäufer]* nicht erforderlich.

89. Zu den im Raum stehenden Vorwürfen äusserte sich *[Wiederverkäufer]* dahingehend, dass sie bis anhin keine Schwierigkeiten hatte, Ersatzteile zu beziehen, [...]. Eine gute Uhrmacherin oder ein guter Uhrmacher könne mit den entsprechenden Ersatzteilen die Arbeit in der gleichen Qualität wie der Hersteller durchführen. [...] Vorteile sieht *[Wiederverkäufer]* jedoch darin, dass ein Hersteller mit dem autorisierten SAV-Partner sicherstellen könne, dass SAV-Arbeiten für eine Marke in guter Qualität erledigt werden. [...].

[Wiederverkäufer]

90. *[Wiederverkäufer]* (nachfolgend: [...]) hält fest, dass sich die Ersatzteilbeschaffung schwierig gestalte. Zur Qualifikation für die Erbringung von SAV-Dienstleistungen sagte *[Wiederverkäufer]* aus, dass ihrer Ansicht nach zusätzlich zur Ausbildung Berufserfahrung erforderlich sei. Die Verknüpfung des Verkaufs von Uhren mit der Erbringung von SAV-

¹⁹ [...].

Dienstleistungen sei nach Ansicht von [Wiederverkäufer] nicht zwingend nötig, doch schaffe diese Kombination Synergien im Verkauf und in der Administration. Zu den im Raum stehenden Vorwürfen meinte [Wiederverkäufer], dass die Qualitätssicherung im Bereich SAV wichtig sei, um die Werthaltigkeit einer Uhr beizubehalten.

[Wiederverkäufer]

91. [Wiederverkäufer] (nachfolgend: [...]) gab in Bezug auf die Frage, ob es Alternativen zu den Originalersatzteilen gäbe, an, dass sie ausschliesslich mit letzteren arbeiten würde. Die Investitionen, die mit der Zulassung zur Durchführung von SAV-Arbeiten verbunden sind, hielten sich gemäss [Wiederverkäufer] in Grenzen und beschränkten sich auf (Spezial-)Werkzeuge und eine Anzahl von Maschinen und Geräte. Die Investitionen in die Ausbildung würden sich auf Kurse bei den jeweiligen Marken beziehen.

92. Zur Mindestqualifikation, über die ein SAV-Partner erfolgen muss, meinte [Wiederverkäufer], dass eine Uhrmacherin oder ein Uhrmacher mit abgeschlossener Berufsausbildung grundsätzlich in der Lage sei, SAV-Arbeiten an Uhren durchzuführen. Jedoch sei gemäss [Wiederverkäufer] eine markenspezifische Weiterbildung unabdingbar, insbesondere für höhere Komplikationen (z.B. Tourbillon oder ähnliche).

93. Auf die Frage, ob ein SAV-Partner Werkzeuge und Maschinen, die er für den SAV an Uhren einer bestimmten Marke verwenden muss, auch für Uhren anderer Marken derselben Gruppe oder anderer Uhrenhersteller verwenden könne, meinte [Wiederverkäufer], dass dies grundsätzlich möglich sei. Doch seien markenspezifische Werkzeuge unabdingbar.

94. [Wiederverkäufer] zufolge sei der Verkauf von Uhren einer bestimmten Marke eher kein Kriterium, um für den SAV an Uhren dieser Marke autorisiert zu werden. Entscheidend sei für [...] hingegen, dass man auf den jeweiligen Marken die entsprechenden Kurse und markenspezifischen Ausbildungen wahrgenommen habe.

95. [Wiederverkäufer] meinte zum Lead im Swissinfo-Artikel (siehe Fn 18), dass der Satz *«Viele Uhrenfachgeschäfte erhalten von Schweizer Markenherstellern keine Ersatzteile mehr, weil diese den Service an sich reißen und monopolisieren wollen.»* nicht zutrefe, wenn die entsprechenden Kurse und Ausbildungen vollzogen und der SAV entsprechend autorisiert worden seien. Es bestehe gemäss [Wiederverkäufer] jedoch ein Trend dahin, dass die Markenhersteller Arbeiten an Uhren gerne selber durchführen wollten und die Autorisierung relativ strikt handhaben würden. [Wiederverkäufer] gab auf die Frage, ob es für Konsumentinnen und Konsumenten Vorteile gäbe, dass eine Uhrenmarke SAV-Arbeiten durchführe, an, dass dies unter dem Qualitätsaspekt sicher sinnvoll und begründet sein könne. [Wiederverkäufer] sieht kürzere Durchlaufzeiten und Lieferfristen für Kundinnen und Kunden (bei gleicher Qualität) als Vorteile, dass eine Uhrenmarke SAV-Arbeiten durch (ausgewählte) SAV-Partner durchführen lasse. [Wiederverkäufer] schätzt es als möglich ein, dass unabhängige Uhrmacherinnen und unabhängige Uhrmacher und Uhrengeschäfte SAV-Arbeiten zu «günstigeren Konditionen» vornehmen könnten.

[Wiederverkäufer]

96. [Wiederverkäufer] (nachfolgend: [...]) gab zunächst zu den im Raum stehenden Vorwürfen an, dass diese nur bedingt stimmen würden. [Wiederverkäufer] zufolge verhalte es sich so, dass wer keine markenspezifischen Schulungen besuche und das markeneigene Werkzeug nicht kaufe, keine Ersatzteile bestellen könne. Zur erforderlichen Ausbildung einer Uhr-

macherin und eines Uhrmachers hielt [Wiederverkäufer] fest, dass eine ausgebildete Uhrmacherin-Rhabilleuse und ein ausgebildeter Uhrmacher-Rhabilleur²⁰ in der Lage sei, SAV-Arbeiten an Uhren auszuführen, da sie oder er auf Restaurationen und Revisionen spezialisiert sei. Eine Industrie-Uhrmacherin oder ein Industrie-Uhrmacher hingegen nur bedingt, da sie oder er auf die Produktion spezialisiert sei. Was die Vorteile für eine Konsumentin oder einen Konsumenten angeht, wenn sie oder er eine Uhr zu einem zugelassenen SAV-Partner gibt, meinte [Wiederverkäufer], dass dies für internationale Kundinnen und Kunden ein Vorteil sein könne, da sie so ihre Uhren weltweit in den jeweiligen Servicecentern abgeben könnten.

[Wiederverkäufer]

97. Zunächst hielt [Wiederverkäuferin] (nachfolgend: [...]) fest, dass sie nur mit Ersatzteilen von Lieferanten beliefert werde, deren Uhrenmarken sie selbst verkaufe und mit denen ein Vertrag unterzeichnet worden sei. Selbst bei diesen Lieferanten seien die Lieferungen der Ersatzteile eingeschränkt und würden von den Maschinen abhängen, die [Wiederverkäufer] im Atelier hätte. Zu den im Raum stehenden Vorwürfen äusserte sich [Wiederverkäufer] dahingehend, dass die Uhrenhersteller mit der Monopolisierung des SAV die Preise bestimmen könnten und keine Konkurrenz hätten. Vorteile für eine Konsumentin oder einen Konsumenten gäbe es keine, wenn eine Uhrenmarke SAV-Arbeiten selber durchführe.

[Wiederverkäufer]

98. Zunächst führte [Wiederverkäufer] (nachfolgend: [...]) aus, dass der Umstand, dass gewisse Uhrenhersteller keine Ersatzteile an unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher liefern,²¹ dazu führe, dass diese keine SAV-Dienstleistungen an Uhren vornehmen könnten und diese an die Hersteller schicken müssten. Dieser Vorgang (der von der Konsumentin oder vom Konsumenten nicht gewünscht sei) führe in zweierlei Hinsicht zu Problemen: Erstens leide das Image von unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmachern und Boutiquen darunter und zweitens würden die Kosten und die Wartezeit für die Konsumentin und den Konsumenten erhöht. Das wichtige Kriterium Ersatzteile zu erhalten sei an eine kommerzielle Partnerschaft mit einer Uhrenmarke geknüpft. In der Mehrheit der Fälle erleichtere die Vertretung einer Marke den Zugang zu Ersatzteilen (Fournituren), was nach Ansicht von [Wiederverkäufer] gleich in doppelter Hinsicht [...] sei: Die Uhrenmarken praktizierten eine [...] Vertriebspolitik und verwendeten Kriterien wie die geografische Lage, das Image oder die Präsenz oder Nichtpräsenz anderer Marken beim Verkaufspunkt. Die Vertretung einer Uhrenmarke gehe zudem mit Investitionen von CHF [...] bis CHF [...] Mio. einher.

99. [Wiederverkäufer] gab an, dass es Alternativen zu Ersatzteilen gäbe für Teile des Uhrwerks; hingegen sei es praktisch ausgeschlossen, Ersatzteile für Manufakturuhrwerke, Teile wie die Krone, die Lunette, das Gehäuse oder Zeiger zu erhalten. Ebenso wenig seien Teile [Uhrwerken] erhältlich, die das Logo einer Marke enthalten.

100. Was die Investitionen angeht, die für die Zulassung zum SAV auf einen potenziellen SAV-Partner zukommen, bewegten sich diese laut [...] zwischen CHF [...] und CHF [...]; für [...] würden die Investitionen gar CHF [...] übersteigen.

101. Was die berufliche Qualifikation angeht, so führte [Wiederverkäufer] aus, dass ihrer Ansicht nach eine Grundausbildung (CFC horloger-rhabilleur) sowie eine drei- bis fünfjährige Praxiserfahrung in der Industrie oder einer Manufaktur erforderlich sei. Als Uhrmacherin und Uhrmacher müsse man sich entscheiden, ob man als Generalistin oder als Generalist oder als

²⁰ Unter «Rhabillage» ist die Instandstellung zu verstehen, d.h. bei einer Rhabilleuse oder einem Rhabilleur handelt es sich um eine ausgebildete Uhrmacherin oder um einen ausgebildeten Uhrmacher, der auf SAV-Dienstleistungen an Uhren spezialisiert ist.

²¹ [...] zufolge lieferten u.a. [...] und [...] Ersatzteile nur an zugelassene Wiederverkäufer.

Spezialistin oder Spezialist tätig sein wolle, wobei erstere sich ihrer fachlichen Grenzen bewusst sein sollten.

102. Hinsichtlich der für die Durchführung von SAV-Dienstleistungen erforderlichen Werkzeuge und Maschinen gab [Wiederverkäufer] an, dass bestimmte Werkzeuge und Maschinen, welche für die Kontrolle verwendet werden, für sämtliche Marken gebraucht werden könnten. Daneben bestünden jedoch Werkzeuge, die markenspezifisch sein müssten aufgrund der Form einer Uhr, des Uhrglases oder des Verschlusses.

103. Was die im Raum stehenden Vorwürfe (vgl. Fn 18) angeht, so hielt [Wiederverkäufer] fest, dass der Satz die Realität nicht vollständig abbilde. Trotz sämtlicher Umstände seien die Uhrenhersteller in erster Linie um das Image ihrer Produkte bemüht und wollten daher sicherstellen, dass die Anliegen ihrer Kundinnen und Kunden (Konsumentinnen und Konsumenten) innert nützlicher Frist bestmöglich erledigt würden. Jedoch sieht [Wiederverkäufer] keinen Vorteil für eine Konsumentin und einen Konsumenten, seine Uhr über den SAV der entsprechenden Marke reparieren zu lassen. Ganz im Gegenteil sei das Anvertrauen der Uhr an eine unabhängige Uhrmacherin oder einen unabhängigen Uhrmacher vorteilhaft für eine Konsumentin oder einen Konsumenten, da die Dienstleistungen kostengünstiger und schneller durchgeführt würden. Darüber hinaus könne eine unabhängige Uhrmacherin oder ein unabhängiger Uhrmacher auf individuelle Wünsche einer Konsumentin oder eines Konsumenten eingehen. Diese Einschätzung gelte gemäss [Wiederverkäufer] für Komplikationen mit einfachen Mechanismen bis hin zu solchen mit einem gewissen Niveau. Als nachvollziehbar stuft [Wiederverkäufer] ein, dass Uhrenhersteller den Zugang zu gewissen Ersatzteilen in Abhängigkeit zur Komplexität der Uhrwerke lieferten, allerdings sollte dies anhand objektiver Kriterien erfolgen. [Wiederverkäufer] vertritt die Ansicht, dass eine Uhrenmarke ein Beurteilungsraster erstellen sollte, mit welchem die Expertise sowie die Maschinen und Werkzeuge einer unabhängigen Uhrmacherin oder eines unabhängigen Uhrmachers objektiv und messbar geprüft werden würden, damit dieser oder diesem die Möglichkeit offenstehe, die Konformität mit den aufgestellten Kriterien einrichten zu können. Auf diese Weise wäre eine Uhrmacherin oder ein Uhrmacher in der Lage frei darüber zu entscheiden, ob sie oder er sich gegenüber einer Marke verpflichten wolle.²²

A.3.2.3 [Verband]

104. Der [Verband] äusserte sich zur [...] Situation [...]. Bezüglich des SAV-Reparatursystems [...], dass der finanzielle Aufwand für die Ausstattung eines Ateliers im Verhältnis zum Ertrag für ausgeführte Reparaturen zu hoch (zwischen [...] und [...]) und [...] sei. In Bezug [...] speziell geformten Uhrenböden herstelle, die nur mit den entsprechenden [...] Werkzeugen geöffnet werden könnten. Da [...] diese Werkzeuge nicht ausliefern, werde sich eine seriöse Uhrmacherin und ein seriöser Uhrmacher hüten, eine solche Uhr zu öffnen, da unweigerlich Beschädigungen am Gehäuse entstünden. Eine zusätzliche Sicherung, dass [...] Uhren nur bei [...] selber repariert werden könnten, [...], so dass diese in jedem Fall beim Entfernen beschädigt würden und ersetzt werden müssten. Da [...], seien die Besitzer von [...] Uhren gezwungen, ihre Uhren zur Reparatur an [...] zu senden.

105. Zur Bedeutung des Umstandes für die Konsumentin und den Konsumenten, dass keine Uhren-Ersatzteile ausgeliefert werden, meinte der [Verband], dass die Art und der Umfang der an einer Uhr vorzunehmenden Arbeiten eine Frage der Kommunikation sei; die Kundin oder

²² Zu dieser Aussage von [...] gilt es festzuhalten, dass diejenigen Uhrenhersteller, welche den Verkauf von Uhren nicht als Zulassungskriterium für die Zulassung zu den SAV-Systemen voraussetzen, angegeben haben, dass sie die entsprechenden Kriterien potenziellen SAV-Partnern zustellen. Somit geht das Sekretariat davon aus, dass sich die Aussage von [...] wohl auf die SAV-Systeme von Herstellern bezieht, welche den Verkauf von Uhren als Zulassungskriterium voraussetzen.

der Kunde entscheide, ob sie oder er für einen angemessenen tieferen Preis eine Teilreparatur wünsche mit entsprechend reduzierter Garantie und kürzerer Reparaturzeit oder doch lieber eine komplette Revision mit einem höheren finanziellen Engagement, einer umfassenden Garantie und, je nach Marke, einer Reparaturzeit von zwei bis drei Wochen bis zu einem halben Jahr und mehr. Diese Wahl könne die Konsumentin oder der Konsument jedoch nur vornehmen, wenn die Reparatur vor Ort mit den entsprechenden Original-Ersatzteilen ausgeführt werden könne. In den letzten Jahren seien die SAV-Abteilungen der Uhrenfirmen zu logistischen Kompetenzzentren umgebaut worden. [...] seien heute Realität und hätten mit der traditionellen Uhrenreparatur, wie sie in einzelnen traditionellen Uhrenateliers und in hochwertigen Uhren-Manufakturen ausgeführt würden, wenig zu tun.

106. Der [Verband] führte in rechtlicher Hinsicht aus, dass die Schweizer Uhrenhersteller auf den Märkten für Reparaturdienstleistungen und Ersatzteilversorgung eine marktbeherrschende Stellung einnehmen würden, da zum einen Ersatzteile ausschliesslich von Schweizer Uhrenherstellern bezogen werden könnten und zum anderen der Zugang zu diesen Märkten erhebliche Investitionen erfordere. Durch die von den Uhrenherstellern eingerichteten selektiven Reparatursysteme reservierten sich die Hersteller die Sekundärmärkte der Reparaturdienstleistungen und Ersatzteilversorgung für sich selbst, indem sie den unabhängigen Werkstätten den Zugang zu diesen Märkten verschliessen würden. Die Systeme der Uhrenhersteller schalteten nach Ansicht des [Verbands] den wirksamen Wettbewerb aus, da es keinen Wettbewerb zwischen den Uhrenherstellern und den unabhängigen Ateliers und Werkstätten gebe. Der [Verband] erachtet daher die Voraussetzungen für die Eröffnung einer Untersuchung i.S.v. Art. 27 KG als gegeben.

A.3.3 Erkenntnisse der Marktbefragungen

107. Betrachtet man die Stellungnahmen der Uhrenhersteller und der Marktgegenseite, so erhellt, dass die Darstellung der erstgenannten im Lichte der Angaben der unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher, der Wiederverkäufer sowie des [Verband] in bestimmten Punkten Fragen aufwerfen. Namentlich geht aus den Antworten der Befragten hervor, dass die Uhrenhersteller im Wesentlichen ihre SAV-Systeme aus Gründen der Qualität eingeführt haben und entsprechend der (hohen) Qualität der von ihnen produzierten Uhren hohe Anforderungen an den SAV stellen. Dieser Punkt wird von den Wiederverkäufern grundsätzlich nicht in Frage gestellt; die unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher als auch der [Verband] erachten die SAV-Systeme der Uhrenhersteller dagegen eher als Mittel, mit welchem Konsumentinnen und Konsumenten dazu gezwungen werden sollten, SAV-Arbeiten bei den Herstellern durchführen zu lassen. Wie die SAV-Systeme der Uhrenhersteller in kartellrechtlicher Sicht einzuordnen sind, darauf wird an späterer Stelle eingegangen. Zusammenfassend lässt sich Folgendes festhalten:

Uhrenhersteller

- (i) Die SAV-Arbeiten werden entweder von den Herstellern selber oder von ihnen autorisierten Servicepartnern durchgeführt. Dementsprechend werden auch nur autorisierte Servicepartner mit Ersatzteilen beliefert.
- (ii) Komplexere Arbeiten (z.B. Arbeiten, welche die Öffnung des Gehäuses erfordern) werden i.d.R. von den Uhrenherstellern selber vorgenommen.
- (iii) Die Uhrenhersteller argumentieren allesamt damit, dass ihre SAV-Systeme ein bestimmtes Qualitätsniveau für SAV-Arbeiten sicherstellen sollten.
- (iv) Gewisse Uhrenhersteller setzen für die Zulassung zum SAV-System den Produkteverkauf voraus, so namentlich [...].

- (v) Ersatzteile für Uhren sind – mit Ausnahme von bestimmten Standard-Uhrwerken – grundsätzlich markenspezifisch und dementsprechend nicht austauschbar.

Marktgegenseite

- (i) Für die Zulassung zum SAV müssen unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher Investitionen tätigen, so namentlich hinsichtlich der Anschaffung spezifischer Werkzeuge und Maschinen, Schulungen oder punktuell auch in Bezug auf die Räumlichkeiten.
- (ii) Unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher sind in der Lage, auf Konsumentenwünsche spezifisch einzugehen, d.h. diejenigen Arbeiten vorzunehmen (und in Rechnung zu stellen), die von einer Kundin oder einem Kunden nachgefragt werden. Der SAV-Prozess der Uhrenhersteller ist im Vergleich dazu eher als standardisiert einzustufen.
- (iii) Da Ersatzteile für Uhren grundsätzlich nicht austauschbar sind, führt der Umstand, dass unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher (wenn sie nicht zum SAV zugelassen sind) von bestimmten Uhrenherstellern nicht mit Ersatzteilen beliefert werden, dazu, dass diese somit keine SAV-Arbeiten an entsprechenden Uhren durchführen können.
- (iv) Im Allgemeinen stufen die unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmachern sowie der [Verband] die SAV-Systeme der Uhrenhersteller als existenzbedrohend ein.

A.4 Verfahren in der EU

108. Wie bereits erwähnt wurde, war bei der Europäischen Kommission (nachfolgend: EU-Kommission) ein gleichläufiges Verfahren hängig. Die Erkenntnisse der EU-Kommission beeinflussen nach Ansicht des Sekretariats die vorliegende Vorabklärung in einigen Punkten, worauf an den entsprechenden Stellen dieses Berichts eingegangen wird. Der Übersicht halber wird hier zunächst das Verfahren der EU-Kommission kurz dargestellt.

109. Im Jahr 2004 beschwerte sich der Europäische Uhrmacherverband (Confédération européenne des Associations d'Horlogers-Réparateurs, nachfolgend: CEAHR²³) bei der EU-Kommission darüber, dass Hersteller von Prestige-/Luxusuhren²⁴ europäisches Wettbewerbsrecht verletzen, indem sie sich weigerten, Ersatzteile an unabhängige Reparaturbetriebe zu liefern und diese vom Markt verdrängen würden. Am 10. Juli 2008 entschied die EU-Kommission, auf die Beschwerde mangels unionsweiter Bedeutung nicht einzutreten. Die EU-Kommission argumentierte, dass die Beschwerde einen Sektor betreffe, der von beschränkter ökonomischer Bedeutung sei, die Sache von nationalen Wettbewerbsbehörden und Gerichten besser beurteilt werden könnte und dass die Wahrscheinlichkeit, einen Verstoss gegen das EU-Wettbewerbsrecht zu finden, als nicht sehr hoch einzustufen sei. Dagegen erhob der CEAHR Klage beim Gericht der Europäischen Union (nachfolgend: EuG).

110. Mit Urteil vom 15. Dezember 2010 hob das EuG den Entscheid der EU-Kommission auf, weil diese in ihrem Entscheid in Bezug auf die Beschwerde des CEAHR Ermessensfehler begangen und den Entscheid unzureichend begründet habe.

111. Am 1. August 2011 entschied die EU-Kommission, im Nachgang zum EuG-Urteil, ein formelles Verfahren zu eröffnen, um die Sachlage zu klären. Am 29. Juli 2014 informierte die

²³ <<http://www.ceahr.org/>> (06.06.2018).

²⁴ In der Beschwerde beanstandet wurden die Verhaltensweisen der folgenden Unternehmen: Swatch Group, Richemont, LVMH, Rolex, Audemars Piguet und Patek Philippe SA. Gegen diese Unternehmen und die folgenden weiteren Unternehmen eröffnete die EU-Kommission ein formelles Verfahren: Sowind S.A., PPR, Breitling, Eberhard & Co. S.A., Cronomar S.A. und Diarsa. Vgl. Rückweisungsentscheid der EU-Kommission vom 29.07.2014, Rz 1 f. und Rz 8, <http://ec.europa.eu/competition/anti-trust/cases/dec_docs/39097/39097_3128_4.pdf> (06.06.2018).

EU-Kommission die Öffentlichkeit darüber, dass sie das Verfahren eingestellt habe, weil sie zum Schluss gekommen sei, dass der Aufwand, den eine genauere Untersuchung erforderlich machen würde, in keinem Verhältnis zu der geringen Wahrscheinlichkeit stehe, Verstösse gegen das EU-Kartellrecht nachzuweisen.²⁵

112. Am 7. Oktober 2014 hat der CEHR eine Klage beim EuG gegen den Entscheid der EU-Kommission erhoben und rügte die folgenden sechs Punkte:

Die EU-Kommission habe einen Fehler begangen bei

- (i) der Beschreibung der Marktmacht der Schweizer Uhrenhersteller;
- (ii) der Beurteilung eines Missbrauchs durch die Weigerung der Schweizer Uhrenhersteller an unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher zu liefern;
- (iii) der Beurteilung der objektiven Rechtfertigung der selektiven Systeme im Bereich SAV und
- (iv) der Beurteilung des Bestehens einer Absprache oder abgestimmten Verhaltensweise.

Daneben warf der CEHR der EU-Kommission vor, einen Verstoß gegen die Begründungspflicht sowie einen Verstoß gegen den Grundsatz der ordnungsgemässen Verwaltung begangen zu haben.

113. Mit Urteil vom 23. Oktober 2017²⁶ wies das EuG die Klage des CEHR in sämtlichen Punkten ab.

B Erwägungen

114. Aufgrund des oben Dargelegten gilt es die Frage zu klären, wie die SAV-Systeme der Uhrenhersteller in kartellrechtlicher Sicht einzuordnen sind. In den überaus meisten Fällen beruhen die SAV-Systeme auf individuellen (vertraglichen) Vereinbarungen, was eine Subsumtion unter Art. 5 KG nahe legt. Abhängig von der Marktabgrenzung ist indes auch denkbar, dass die Verhaltensweisen der Uhrenhersteller im Lichte von Art. 7 KG relevant sein könnten. Die folgenden Ausführungen sind daher so gegliedert, dass in einem ersten Schritt geprüft wird, ob die SAV-Systeme Wettbewerbsabreden darstellen und gegebenenfalls im Anschluss, ob es Anhaltspunkte dafür gibt, dass die Abreden als unzulässig einzustufen sind. Schliesslich wird auch die Frage geprüft, ob Anhaltspunkte für das Bestehen allfälliger marktbeherrschender Stellungen resp. entsprechend unzulässiger Verhaltensweisen bestehen.

B.1 Geltungsbereich

115. Das Kartellgesetz gilt in persönlicher Hinsicht sowohl für Unternehmen des privaten wie auch für solche des öffentlichen Rechts (Art. 2 Abs. 1 KG). Als Unternehmen im Sinne des Kartellgesetzes gelten sämtliche Nachfrager oder Anbieter von Gütern und Dienstleistungen im Wirtschaftsprozess, unabhängig von ihrer Rechts- oder Organisationsform (Art. 2 Abs. 1^{bis} KG).

²⁵ Vgl. Pressemitteilung der EU-Kommission vom 05.08.2011, <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-952_de.htm> (06.06.2018) sowie Web-Statement der EU-Kommission vom 29.07.2014, <http://ec.europa.eu/competition/antitrust/cases/dec_docs/39097/39097_3089_3.pdf> (06.06.2018).

²⁶ <<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=195810&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1237631>> (06.06.2018).

116. In sachlicher Hinsicht erstreckt sich das Kartellgesetz auf das Treffen von Kartell- und anderen Wettbewerbsabreden, auf die Ausübung von Marktmacht sowie auf die Beteiligung an Unternehmenszusammenschlüssen (Art. 2 Abs. 1 KG).

117. Der Geltungsbereich ist in casu gegeben, sodass das Kartellgesetz zur Anwendung kommt. Bei den Uhrenherstellern handelt es sich um Unternehmen im Sinne von Art. 2 Abs. 1^{bis} KG, sachlich wird geprüft, ob unzulässige Wettbewerbsabreden oder Verhaltensweisen marktbeherrschender Unternehmen vorliegen und in örtlicher Hinsicht wirken sich die in Rede stehenden Verhaltensweisen der Uhrenhersteller in der Schweiz aus.

B.2 Vorbehaltene Vorschriften

118. Dem Kartellgesetz sind Vorschriften vorbehalten, die auf einem Markt für bestimmte Waren oder Leistungen Wettbewerb nicht zulassen, insbesondere Vorschriften, die eine staatliche Markt- oder Preisordnung begründen, und solche, die einzelne Unternehmen zur Erfüllung öffentlicher Aufgaben mit besonderen Rechten ausstatten (Art. 3 Abs. 1 KG).²⁷ Ebenfalls nicht unter das Gesetz fallen Wettbewerbswirkungen, die sich ausschliesslich aus der Gesetzgebung über das geistige Eigentum ergeben. Hingegen unterliegen Einfuhrbeschränkungen, die sich auf Rechte des geistigen Eigentums stützen, der Beurteilung nach diesem Gesetz (Art. 3 Abs. 2 KG).

119. In den hier zu beurteilenden Märkten gibt es keine Vorschriften, die Wettbewerb nicht zulassen.

B.3 Unzulässige Wettbewerbsabreden

120. Nach Art. 5 Abs. 1 KG sind Abreden, die den Wettbewerb auf einem Markt für bestimmte Waren oder Leistungen erheblich beeinträchtigen und sich nicht durch Gründe der wirtschaftlichen Effizienz rechtfertigen lassen, sowie Abreden, die zur Beseitigung wirksamen Wettbewerbs führen, unzulässig.

121. Im Folgenden wird geprüft, ob in casu Wettbewerbsabreden vorliegen, welche im erwähnten Sinne als unzulässig einzustufen sind. Namentlich prüft das Sekretariat die SAV-Systeme der Uhrenhersteller, welche hauptsächlich Gegenstand der Beschwerden waren und zur Eröffnung dieser Vorabklärung Anlass gegeben haben. Die folgenden Ausführungen sind so gegliedert, dass zunächst geprüft wird, ob in concreto die SAV-Systeme als Wettbewerbsabreden zu qualifizieren sind i.S.v. Art. 4 Abs. 1 KG und bejahendenfalls im Anschluss, ob es Anhaltspunkte für deren Unzulässigkeit gibt i.S.v. Art. 5 KG.

B.3.1 Wettbewerbsabrede

122. Als Wettbewerbsabreden gelten rechtlich erzwingbare oder nicht erzwingbare Vereinbarungen sowie aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen von Unternehmen gleicher oder verschiedener Marktstufen, die eine Wettbewerbsbeschränkung bezwecken oder bewirken (Art. 4 Abs. 1 KG).

123. Eine Wettbewerbsabrede definiert sich daher durch zwei Tatbestandselemente: a) ein bewusstes und gewolltes Zusammenwirken der an der Abrede beteiligten Unternehmen und b) die Abrede bezweckt oder bewirkt eine Wettbewerbsbeschränkung.

²⁷ Vgl. dazu ausführlich Urteil des BGer 2C_73/2014 vom 28.01.2015, RPW 2015/1, 131, *Sanktionsverfügung: Hors-Liste Medikamente (Publikumspreisempfehlung betreffend Cialis, Levitra und Viagra)*.

124. Die Zulassungskriterien für die Erbringung von SAV-Dienstleistungen werden von den meisten Uhrenherstellern in (vertriebs-)vertraglichen Dokumenten festgehalten, wobei manche Uhrenhersteller für den SAV separate Dokumente erstellt haben. Für die Zulassung zum SAV ist es somit erforderlich, dass Wiederverkäufer, die SAV-Dienstleistungen erbringen wollen, vertragliche Verpflichtungen mit den Uhrenherstellern eingehen.

125. Bei diesen vertraglichen Verpflichtungen handelt es sich um Wettbewerbsabreden i.S.v. Art. 4 Abs. 1 KG. Das bewusste und gewollte Zusammenwirken ist ohne Weiteres zu bejahen, da die entsprechenden Verträge rechtlich verbindlich sind. Auch das Kriterium des Bezweckens oder Bewirkens einer Wettbewerbsbeschränkung ist nach Ansicht des Sekretariats zu bejahen, denn mit den Zulassungskriterien, mit welchen die Uhrenhersteller SAV-Partner auswählen, wird ein bestimmter Teil der Reparatereure von der Erbringung von entsprechenden Dienstleistungen ausgeschlossen. Wie noch aufgezeigt wird, handelt es sich bei den SAV-Systemen der Uhrenhersteller um selektive Vertriebssysteme (vgl. Rz 129 ff.). Diese können zu einem Verlust an markeninternem Wettbewerb (Intrabrand-Wettbewerb) und zu einer Aufweichung des Wettbewerbs sowie zu einer Erleichterung von Kollusion unter Anbietern oder Abnehmern führen.²⁸ Bei den Abreden handelt es sich um vertikale, da die Uhrenhersteller und die Wiederverkäufer bzw. Reparatereure auf unterschiedlichen Markstufen tätig sind.

B.3.2 Erhebliche Wettbewerbsabreden i.S.v. Art. 5 Abs. 1 KG

126. Vorab ist festzuhalten, dass diese Vorabklärung keine Hinweise zu Tage gefördert hat, die auf das Vorliegen vertikaler Abreden über Mindest- oder Festpreise oder Abreden in Vertriebsverträgen über die Zuweisung von Gebieten, soweit Verkäufe in diese durch gebietsfremde Vertriebspartner ausgeschlossen werden, i.S.v. Art. 5 Abs. 4 KG hindeuten. Es ist nicht vom Vorliegen von Abreden auszugehen, welche nach der bundesgerichtlichen Rechtsprechung in Sachen Gaba als grundsätzlich erheblich einzustufen sind.²⁹

127. Daher ist zu prüfen, ob die Abreden zwischen den Uhrenherstellern und ihren SAV-Partnern als erhebliche Wettbewerbsbeschränkungen i.S.v. Art. 5 Abs. 1 KG zu qualifizieren sind. Nach der bundesgerichtlichen Rechtsprechung in Sachen Gaba kann die Erheblichkeit einer Wettbewerbsabrede mit quantitativen und mit qualitativen Kriterien bestimmt werden, wobei es keineswegs sowohl einer quantitativen als auch qualitativen Erheblichkeit bedarf. Ist deshalb das qualitative Element sehr gewichtig, so bedarf es kaum eines quantitativen Elements. Gibt es demgegenüber keine qualitativen Elemente oder nur solche mit geringem Gewicht, so ist die Erheblichkeitsschwelle (vor allem) durch quantitative Elemente zu bestimmen. Quantitative und qualitative Erheblichkeit verhalten sich demnach wie zwei kommunizierende Röhren.³⁰

128. Vor diesem Hintergrund gilt es in einem ersten Schritt zu prüfen, ob im vorliegenden Fall von Abreden auszugehen ist, die gemäss Praxis der Wettbewerbskommission (nachfolgend: WEKO) dem Gegenstand nach als qualitativ schwerwiegend einzustufen sind (Ziff. 12 Abs. 2 VertBek³¹).

129. Die Betrachtung der Systeme, mit denen die befragten Uhrenhersteller ihren SAV organisiert haben, zeigt, dass es sich dabei um selektive Vertriebssysteme handelt i.S.v. Ziff. 4 Abs. 1 VertBek. Die befragten Uhrenhersteller wählen ihre Partner (Uhrmacherinnen

²⁸ Leitlinien der Europäischen Kommission für vertikale Beschränkungen, ABl. C 130 vom 19.05.2010 S. 1 (EU-Vertikalleitlinien), Rz 175.

²⁹ BGE 143 II 297, E.5.2.5.

³⁰ BGE 143 II 297, E.5.2.2.

³¹ Bekanntmachung der Wettbewerbskommission vom 28. Juni 2010 über die wettbewerbsrechtliche Behandlung vertikaler Abreden, Vertikalbekanntmachung, VertBek.

und Uhrmacher), welche zur Durchführung von SAV-Arbeiten autorisiert sind, aufgrund festgelegter Merkmale aus. Nur die ausgewählten Partner sind berechtigt, SAV-Arbeiten durchzuführen, und nur solche werden mit entsprechend benötigten Ersatzteilen beliefert. Diese Teile dürfen den vertraglichen Vereinbarungen zufolge von den zugelassenen Partnern auch nicht an nicht zugelassene Uhrmacherinnen und Uhrmacher verkauft werden (vgl. Rz 9 ff.). Damit sind die Voraussetzungen für die Qualifikation als selektive Vertriebssysteme gegeben. Die vertraglichen Verpflichtungen, welche Partner mit den Uhrenherstellern eingehen (müssen), um zum SAV zugelassen zu werden, sind als vertikale Wettbewerbsabreden über den selektiven Vertrieb einzustufen.

130. Diese Abreden sind indes keinem der in Ziff. 12 Abs. 2 VertBek genannten Typen zuzuordnen³², die von der WEKO als dem Gegenstand nach als qualitativ schwerwiegend betrachtet werden. Somit kann betreffend das qualitative Element festgehalten werden, dass nicht von als «*sehr gewichtig*» einzustufenden Abreden auszugehen ist. Das qualitative Element, das von den hier interessierenden Abreden betroffen ist, ist in der Beschränkung des Intra-brand-Wettbewerbs zu sehen; die Erheblichkeitsschwelle ist alleine deswegen nach Ansicht des Sekretariats nicht als erreicht zu betrachten.

B.3.2.1 Unerheblichkeit von rein qualitativem Selektivvertrieb

131. Die befragten Uhrenhersteller begründeten ihre Vertriebssysteme betreffend den SAV vornehmlich damit, dass die Qualität von SAV-Arbeiten gewährleistet werden soll. Daher drängt sich die Frage auf, ob die selektiven Vertriebssysteme der Uhrenhersteller als rein qualitativ i.S.v. Ziff. 14 VertBek qualifiziert werden können.

132. Nach Ziff. 14 VertBek führen Abreden, die einen rein qualitativen Selektivvertrieb zum Gegenstand haben, nicht zu einer erheblichen Wettbewerbsbeeinträchtigung, sofern kumulativ die drei folgenden Voraussetzungen gegeben sind:

- Die Beschaffenheit des fraglichen Produkts muss einen selektiven Vertrieb erfordern, d.h., ein solches Vertriebssystem muss ein Erfordernis zur Wahrung der Qualität und zur Gewährleistung des richtigen Gebrauchs des betreffenden Produkts sein;
- die Wiederverkäufer müssen aufgrund objektiver Kriterien qualitativer Art ausgewählt werden. Diese sind einheitlich festzulegen, allen potenziellen Wiederverkäufern zur Verfügung zu stellen und unterschiedslos anzuwenden und
- die aufgestellten Kriterien dürfen nicht über das hinausgehen, was erforderlich ist.

133. Was diese Kriterien angeht, so gab der überwiegende Teil der befragten Uhrenhersteller sowohl an, dass der SAV einen selektiven Vertrieb erfordere als auch, dass dieser rein qualitativ ausgestaltet sei.

³² Namentlich liegt keine Konstellation i.S.v. Ziff. 12 (2) Bst. e VertBek vor, da nicht der Anbieter (Uhrenhersteller) daran gehindert wird, Ersatzteile an Endverbraucher, Reparaturbetriebe oder andere Dienstleister zu verkaufen, die der Abnehmer nicht mit der Reparatur oder der Wartung seiner Waren betraut hat, sondern liegen Beschränkungen des Verkaufs an nicht zugelassene Händler vor (Ziff. 12 (2) Bst. b) (iii) VertBek.

Tabelle 3: Angaben der Uhrenhersteller zu ihren Vertriebssystemen

Uhrenhersteller	Selektiver Vertrieb SAV		Rein qualitativ
	Ja	Nein	
[...]	X		X
[...]	X		X
[...]	X		X
[...]	X		X
[...] ³³		X	
[...] ³⁴	X		X
[...]	X		X
[...]	X		X
[...]	X		X
[...]	X		X
[...]	X		X
[...] ³⁵		X	
[...]	X		X
[...]	X		X
[...]	X		X
[...]	X		X
[...] ³⁶		X	

134. Illustrativ werden die Begründungen aufgezeigt, welche einige Uhrenhersteller bezüglich der Notwendigkeit ihrer selektiven Vertriebssysteme für den SAV vorgetragen haben.

- (i) [...] argumentierte mit der Komplexität mechanischer [...]Uhren und dem Umstand, dass diese aus [...]spezifischen Teilen bestünden, sodass ausschliesslich von [...] ausgebildete Uhrmacherinnen und Uhrmacher in der Lage seien, die Minimalstandards für Revisionen und Reparaturen einzuhalten. Das von [...] vorausgesetzte Qualitätsniveau könne eine Uhrmacherin und ein Uhrmacher nur dann erreichen, wenn sie oder er [...] Ausbildungskurse besucht habe und über [...]spezifische Werkzeuge und Ausrüstung verfüge. Die Kontrolle des Vertriebs von Ersatzteilen diene dem Schutz der Konsumentin oder des Konsumenten vor Fälschungen.

³³ [...].

³⁴ [...].

³⁵ [...].

³⁶ [...].

- (ii) [...] führte aus, dass die Einführung eines selektiven Vertriebssystems für den SAV notwendig sei, um die Qualität von Uhren ihrer Marke zu bewahren, deren richtiges Funktionieren sicherzustellen, eine erhöhte und einheitliche Qualität von Reparaturdienstleistungen sicherzustellen und Fälschungen vorzubeugen. Die Vielzahl der Modelle und Uhrwerks-Kalibern, die von [...] entwickelt und hergestellt worden sind, erforderten eine spezielle Ausbildung der Servicepartner.
- (iii) [...] führte aus, dass das Erfüllen der qualitativen objektiven Kriterien sicherstelle, dass das Vertriebsnetz aus qualifizierten und fähigen SAV-Partnern bestehe, die sachgemäss SAV-Arbeiten mit der dafür erforderlichen Ausrüstung vornehmen. Damit werde die Qualität der SAV-Arbeiten sichergestellt und eine verbesserte Dienstleistungsqualität für die Endkundin und den Endkunden erzielt. Umgekehrt führten bspw. wegen ungenügendem Knowhow oder technisch nicht ausreichendem Werkzeug unsachgemäss instand gesetzte Uhren zu unzufriedenen Kundinnen und Kunden, was der Reputation der Marke und nicht der unqualifizierten Uhrmacherin oder dem unqualifizierten Uhrmacher schade. Die Servicepartner würden aufgrund objektiver Kriterien qualitativer Art ausgewählt, die einheitlich ([...]) festgelegt, sämtlichen potenziellen Partnern zur Verfügung gestellt und unterschiedslos angewendet.
- (iv) [...] argumentierte damit, dass ihre Uhren eine kostspielige Investition für Konsumentinnen und Konsumenten seien und diese wüssten, dass der SAV ein notwendiges Element darstelle, um das langfristig gute Funktionieren sicherzustellen sowie den Wertverlust einer Uhr zu begrenzen. Entscheide sich eine Konsumentin und ein Konsument dazu, einen Unterhaltsservice oder eine Reparatur an seiner Uhr durchzuführen, erwarte er, dass diese Arbeiten verfügbar seien und Servicepartner in der Lage seien, eine Reparatur von Qualität durchzuführen. Daher sei es wichtig, ein selektives Reparatursystem zu installieren, mit welchem ein Uhrenhersteller überprüfen könne, dass die Kompetenzen, die Werkzeuge vorhanden und die Infrastruktur von Reparaturateliers geeignet seien und es erlauben, erforderliche Reparaturen durchzuführen, damit eine Konsumentin oder ein Konsument einen SAV von hoher Qualität erhalte.
- (v) [...] gab an, ein (rein qualitatives) selektives Vertriebssystem für den SAV-Bereich eingeführt zu haben, um sicherzustellen, dass die Reparaturarbeiten an Uhren ihrer Marke einheitlich und in hoher Qualität ausgeführt werden in Übereinstimmung mit den Merkmalen und der Reputation von [...] -Uhren. [...] sei bemüht, das Risiko zu minimieren, dass unsachgemässe oder schlecht ausgeführte Reparaturen sich auf das Image der Marke und die Qualität sowie den Gebrauch auswirken. Kundinnen und Kunden seien nicht in der Lage, die Qualität einer Reparatur zu beurteilen und könnten daher auch nicht einschätzen, ob die Fehlfunktion einer Uhr auf eine schlechte Reparatur oder die Qualität einer Uhr zurückzuführen sei.

135. Diesen Vorbringen der Uhrenhersteller lässt sich die Gemeinsamkeit entnehmen, dass für diese ein selektives Vertriebssystem aus Qualitätsgründen erforderlich ist; namentlich bedingten SAV-Arbeiten an Uhren eine bestimmte Qualität, was von Konsumentinnen und Konsumenten erwartet werde. Mit einem selektiven Vertriebssystem im Bereich von SAV-Dienstleistungen könne sichergestellt werden, dass das Markenimage nicht (durch unsachgemäss durchgeführte Arbeiten) in Mitleidenschaft gezogen werde. Das Argument der Uhrenhersteller, dass mit einem selektiven Vertriebssystem die Qualität des SAV für Uhren sichergestellt werden könne, wird von der Marktgegenseite nicht grundsätzlich in Abrede gestellt.

136. Hinsichtlich der Auswahl der Wiederverkäufer (SAV-Partner) aufgrund objektiver Kriterien qualitativer Art, die einheitlich festzulegen und allen potenziellen Partnern zur Verfügung zu stellen sowie unterschiedslos anzuwenden sind, lieferten die Uhrenhersteller die nachfolgend tabellarisch festgehaltenen Informationen.

Tabelle 4: Angaben der Uhrenhersteller zur Ausgestaltung ihrer Vertriebssysteme

Uhrenhersteller/-innen	Objektive Kriterien qualitativer Art	Einheitlich festgelegt	Potenziellen Partnern/-innen zur Verfügung gestellt
[...]	Ja ³⁷	Ja	[...]
[...]	Ja	Ja	[...]
[...]	Ja	Ja	[...]³⁸
[...]	Ja	Ja ³⁹	[...]
[...]	Ja	Ja	[...]⁴⁰
[...]	Ja	Ja	[...]
[...]	Ja	Ja	[...]⁴¹
[...]	Ja	Ja	[...]
[...]	Ja	Ja	[...]
[...]	Ja	Ja	[...]

[...].

137. Bei den von den Uhrenherstellern für die Zulassung zum SAV aufgestellten Selektionskriterien handelt es sich im Wesentlichen um solche betreffend

- die Ausbildung und Erfahrung des Personals, welches SAV-Arbeiten durchführt;
- die Infrastruktur der Räumlichkeiten, in welchen SAV-Arbeiten durchgeführt werden sowie
- Vorhandensein von geeigneten (markenspezifisch erforderlichen) Werkzeugen und Maschinen.

138. Diese Kriterien lassen sich objektiv messen und sind nach Ansicht des Sekretariats in den weitaus meisten Fällen auch so formuliert, dass sie für einen potenziellen SAV-Partner (Uhrmacherinnen und Uhrmacher) nachvollziehbar sind. Dieser ist somit nach Einschätzung des Sekretariats in der Lage zu beurteilen, ob er die Selektionskriterien erfüllt bzw. einzuschätzen, welche zusätzlichen Massnahmen er ergreifen müsste, um die Kriterien zu erfüllen. Einzig bei [...] – die über keine schriftlichen Dokumente verfügt –, könnte man sich die Frage stellen, ob die Zulassungskriterien als einheitlich festgelegt zu betrachten sind.

139. Betrachtet man die vorstehende Tabelle 4, so erhellt, dass – [...] – sämtliche anderen Uhrenhersteller angaben, dass die [...]. Die von den Uhrenherstellern eingereichten Dokumente, in welchen die Zulassungskriterien festgehalten sind, zeigen zudem nicht nur, dass die Kriterien klar und einheitlich festgehalten sind, sondern lassen auch darauf schliessen, dass sie unterschiedslos angewendet werden, da sie mit einer Vielzahl von SAV-Partnern

³⁷ [...].

³⁸ [...].

³⁹ [...].

⁴⁰ [...].

⁴¹ [...].

abgeschlossen werden. In diesem Zusammenhang gilt es hinsichtlich der Vorwürfe unabhängiger Uhrmacherinnen und Uhrmacher (vgl. Rz 1 f.) darauf hinzuweisen, dass mehrere angaben, gar nicht erst ein Gesuch um Zulassung zum SAV gestellt zu haben, sondern eher die Ansicht vertreten wird, dass die Uhrenhersteller zur Lieferung von Ersatzteilen verpflichtet sind bzw. werden sollten. Konkrete Hinweise oder gar Belege, dass unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher, die zum SAV der Uhrenhersteller zugelassen werden wollten, in diskriminierender Weise abgelehnt wurden, liegen nicht vor bzw. wurden von den sich beschwerenden Uhrmacherinnen und Uhrmacher keine vorgelegt.

140. Fraglich ist schliesslich, ob die SAV-Systeme der Uhrenhersteller nicht über das hinausgehen, was erforderlich ist. Dafür spricht nach Ansicht des Sekretariats der Umstand, dass die Uhrenhersteller allesamt die Sicherstellung der Qualität von SAV-Dienstleistungen als Grund für die selektiven Vertriebssysteme genannt haben. Der Zweck (das Erforderliche) der selektiven Vertriebssysteme der Uhrenhersteller kann dementsprechend in der Sicherstellung der Qualität von SAV-Dienstleistungen gesehen werden. Die von den Uhrenherstellern aufgestellten Zulassungskriterien sind nach Einschätzung des Sekretariats objektiver Art und messbar sowie – da sie sich auf die Infrastruktur von Reparaturateliers, Werkzeuge und die Qualifikation von Uhrmacherinnen und Uhrmacher beziehen – als geeignet einzustufen, den Zweck (der selektiven Vertriebssysteme) zu erfüllen.

141. Gegen diese Einschätzung sprechen die Voten der Marktgegenseite, welche u.a. moniert, dass der (finanzielle) Aufwand, der mit der Zulassung zum SAV verbunden ist, zu weitgehend sei. Dem kann jedoch entgegengehalten werden, dass selektive Vertriebssysteme typischerweise mit (finanziellen) Aufwänden verbunden sind; diese sind nach Ansicht des Sekretariats auch nicht offensichtlich als exzessiv einzustufen angesichts der hier in Rede stehenden Produkte. Denn gerade Produkte wie Uhren weisen in puncto Markenimage und Produktkomplexität Eigenheiten auf, welche erhöhte Anforderungen an die Zulassungskriterien zu einem selektiven Vertriebssystem nahelegen können. Für das Sekretariat scheint es daher plausibel zu sein, dass die Beschaffenheit von Uhren (mindestens in bestimmten Preissegmenten) einen rein qualitativen Selektivvertrieb erfordern könnte.

142. Aus all diesen Gründen geht das Sekretariat davon aus, dass sich die von den Uhrenherstellern aufgestellten Kriterien innerhalb dessen bewegen, was erforderlich ist, namentlich können sie als erforderlich betrachtet werden, die Qualität von SAV-Dienstleistungen sicherzustellen. Dies gilt für die SAV-Systeme derjenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren nicht mit dem SAV verknüpfen. Bezüglich dieser kann somit auch das dritte Kriterium für die Qualifikation der selektiven Vertriebssysteme der Uhrenhersteller als rein qualitative als erfüllt betrachtet werden. Ergänzend anzufügen ist, dass die EU-Kommission zum Schluss kam, dass die Beschaffenheit von Uhren (namentlich Uhren in oberen Preissegmenten) möglicherweise einen (rein qualitativen) Selektivvertrieb zur Wahrung der Qualität erfordern könnte.

143. Zu einem anderen Schluss kommt das Sekretariat hinsichtlich der Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen; diese lassen zum SAV nur Partner zu, die gleichzeitig Uhren verkaufen. Dies bedeutet, dass Uhrmacherinnen und Uhrmacher, die ausschliesslich zum SAV zugelassen werden möchten (ohne gleichzeitig Uhren zu verkaufen), selbst wenn sie die entsprechend aufgestellten Kriterien erfüllen, nicht zu den SAV-Systemen der genannten Uhrenhersteller zugelassen werden. Die Verknüpfung des Verkaufs mit der Erbringung von SAV-Dienstleistungen ist nach Ansicht des Sekretariats im Kontext des SAV kritisch zu betrachten. Hält man sich die Argumentation der betreffenden Uhrenhersteller vor Augen, dass der SAV in einem selektiven Vertriebssystem organisiert werden müsse, um qualitativ hochwertige SAV-Dienstleistungen sicherzustellen, so scheint es folgerichtig, qualitative Selektionskriterien aufzustellen, welche von SAV-Partnern erfüllt werden müssen. Weniger nachvollziehbar ist jedoch, weshalb ein SAV-Partner erst Uhren

verkaufen muss, um überhaupt als SAV-Partner in Frage zu kommen. Im Lichte der provisorischen Marktabgrenzung (vgl. Rz 152 ff.) stuft das Sekretariat den Verkauf von Uhren und die Erbringung von SAV-Dienstleistungen als separate Bereiche ein. Die Anforderungen an den Verkauf von Uhren weichen nach Ansicht des Sekretariats zwangsläufig von denjenigen, welche ein SAV-Dienstleister zu erfüllen hat, ab, da unterschiedliche Ziele verfolgt werden. Während der Verkauf von Uhren im Wesentlichen deren Präsentation sowie Werbung und Beratung erfordert, betrifft die Erbringung von SAV-Arbeiten hingegen bei Betrachtung der entsprechend (von den Uhrenherstellern) aufgestellten Kriterien in erster Linie die fachliche Qualifikation, die Infrastruktur (Werkstatt, Atelier) sowie das für Arbeiten zu verwendende Werkzeug. Inwiefern der Verkauf von Uhren für die Erbringung von SAV-Dienstleistungen erforderlich sein soll, ist für das Sekretariat nicht offensichtlich nachvollziehbar.

144. In diesem Lichte deutet vieles darauf hin, dass die von Uhrenherstellern, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, aufgestellten Kriterien als über das hinausgehend eingestuft werden können, was erforderlich ist. Für die abschliessende Beantwortung dieser Frage wären nach Ansicht des Sekretariats allerdings weitere Abklärungen erforderlich. So wäre insbesondere den betroffenen Uhrenherstellern Gelegenheit zu geben, darzulegen, dass die aufgestellten Kriterien nicht über das hinausgehen, was erforderlich ist. Dies wäre nach Ansicht des Sekretariats jedoch – wie noch erläutert wird (vgl. Rz 189 ff.) – angesichts der besonderen Umstände im vorliegenden Fall nicht verhältnismässig.

145. Aufgrund des Umstandes, dass die SAV-Systeme der Uhrenhersteller, welche den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, nicht offensichtlich als rein qualitativer Selektivvertrieb betrachtet werden können, ist nach der bundesgerichtlichen Rechtsprechung in Sachen Gaba zu prüfen, ob die Erheblichkeitsschwelle mit quantitativen Elementen (namentlich der Marktstellung der Uhrenhersteller) bestimmt werden kann.⁴² Hierfür ist vorab die Marktabgrenzung vorzunehmen.

B.3.2.2 Marktabgrenzung

146. Für die Marktabgrenzung im vorliegenden Fall gilt es nach Ansicht des Sekretariats zunächst die Marktabgrenzung, welche die EU-Kommission im gleichläufigen Verfahren vorgenommen hat, zu betrachten. Anzuführen gilt es indes, dass die Betrachtung der Marktabgrenzung der EU-Kommission nicht bedeutet, dass diese in casu tel quel übernommen wird resp. werden muss, sondern das Sekretariat diese als Ausgangspunkt nimmt für seine eigenen Überlegungen zur Marktabgrenzung. Nicht auszuschliessen ist daher, dass die hier vorgenommene Marktabgrenzung von derjenigen der EU-Kommission abweichend ausfallen kann, sofern dies die Gegebenheiten des vorliegenden Falles nahelegen.

B.3.2.2.1. Marktabgrenzungen im Verfahren der EU-Kommission

147. Im Verfahren, welches die EU-Kommission im August 2011 eröffnete (vgl. Rz 111 ff.), ging die EU-Kommission von den folgenden Märkten aus⁴³:

- Dem Markt für die Herstellung und den Verkauf von Prestigehuhren (Primärmarkt),
- dem Markt für die Dienstleistungen der Reparatur und Wartung (Sekundärmarkt bzw. Anschlussmarkt) und
- dem Markt für Ersatzteile (Sekundärmarkt bzw. Anschlussmarkt).

148. Der *Primärmarkt* umfasst gemäss der EU-Kommission den Verkauf von Uhren, welche die Reparatur und Wartung aus wirtschaftlichen oder technischen Gründen wert sind

⁴² BGE 143 II 297, E.5.2.2.

⁴³ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 80 ff.

(=Prestigeuhren). Die EU-Kommission fokussierte in ihrer Untersuchung auf Uhren mit einem Verkaufspreis über EUR 1'000. In räumlicher Hinsicht grenzte die EU-Kommission diesen Markt als zumindest den EWR umfassend ab, da die Transportkosten im Verhältnis zum Wert der Prestigeuhren tief seien, die Uhrenhersteller ein gleiches Sortiment anbieten und ihre Marketing- und Werbestrategien auf europäischer, wenn nicht weltweiter Ebene durchführen und die Uhrenhersteller weltweite selektive Vertriebssysteme betreiben würden.⁴⁴

149. In Bezug auf die Frage, ob der Primärmarkt und die beiden Anschlussmärkte getrennte Märkte darstellen oder einen Systemmarkt bilden, prüfte die EU-Kommission, ob der Wettbewerb im Primärmarkt Preiserhöhungen in den Anschlussmärkten unprofitabel macht. Wenn die Käuferinnen und Käufer beim Kauf die über die Lebensdauer der Uhr gesamthaft anfallenden Kosten, d.h. den Verkaufspreis und die erwarteten Reparatur- und Wartungskosten, mitberücksichtigen, kann eine Erhöhung der Reparatur- und Wartungspreise unprofitabel sein, da informierte Käuferinnen und Käufer aufgrund der Preiserhöhung entscheiden, eine Prestigeuhr einer anderen Marke zu kaufen. Die EU-Kommission kam zum Schluss, dass Käuferinnen und Käufer von Uhren kaum informierte Kaufentscheidungen treffen, da

- der Reparaturbedarf unregelmässig und schwierig vorhersagbar sei,
- die Käuferinnen und Käufer die Wartungsarbeiten unterschätzten,
- die über die Lebensdauer der Uhr gesamthaft anfallenden Kosten im Vergleich zum Preis der Uhr keine wesentliche Rolle spielten,
- viele Käuferinnen und Käufer preisunempfindlich seien und
- die Preistransparenz bei Reparatur- und Wartungsdienstleistungen nicht hoch sei.

Deshalb folgte die EU-Kommission, dass der Primärmarkt (Verkauf von Prestigeuhren) und die verbundenen Anschlussmärkte (Reparatur- und Wartungsdienstleistungen, Ersatzteile) getrennte Märkte darstellen.⁴⁵

150. Zum *Anschlussmarkt für Reparatur- und Wartungsdienstleistungen* hielt die EU-Kommission fest, dass die Substituierbarkeit zwischen Reparaturdienstleistungen verschiedener Marken begrenzt sei, da die Reparatur und der Unterhalt von Prestigeuhren oftmals markenspezifische Ersatzteile, markenspezifische Reparaturausrüstung und markenspezifisches technisches Wissen benötige. Die Untersuchung weise deshalb darauf hin, dass es mehrere getrennte Märkte für Reparatur- und Wartungsdienstleistungen geben könne, wobei diese grundsätzlich auf eine bestimmte Uhrenmarke beschränkt seien. In räumlicher Hinsicht deute die Untersuchung darauf hin, dass die Märkte für Reparatur- und Wartungsdienstleistungen lokal abzugrenzen seien, da die Nähe der Werkstatt wichtig für die Konsumentin und den Konsumenten sei. Die EU-Kommission liess die genaue räumliche Marktabgrenzung jedoch offen.⁴⁶

151. Betreffend den *Anschlussmarkt für Ersatzteile* kam die EU-Kommission zum vorläufigen Schluss, dass mehrere getrennte Märkte für Ersatzteile bestehen, wobei diese grundsätzlich auf eine bestimmte Uhrenmarke beschränkt seien, da Ersatzteile aufgrund unterschiedlicher Grösse und Design nicht zwischen Uhrenmarken austauschbar seien und, selbst wenn eine Substitution möglich sei, Konsumentinnen und Konsumenten Originalersatzteile vorziehen würden, um den Wert der Prestigeuhr zu erhalten. In räumlicher Hinsicht deute die Untersuchung darauf hin, dass die Märkte für Ersatzteile zumindest den EWR umfassen, da die Transportkosten tief seien und Ersatzteile zwischen Ländern gehandelt und

⁴⁴ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 81 ff.

⁴⁵ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 86 ff. Im ersten Rückweisungsentscheid vom 10.07.2008 hielt die EU-Kommission fest, dass der Primärmarkt und die Anschlussmärkte keine separaten Märkte darstellen. Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 4.

⁴⁶ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 92 ff.

versandt würden. Die EU-Kommission liess die genaue räumliche Marktabgrenzung jedoch offen.⁴⁷

B.3.2.2.2. Provisorische Marktabgrenzung

152. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass es sich im Rahmen der vorliegenden Vorabklärung nach Ansicht des Sekretariats nicht aufdrängt, eine abschliessende Marktabgrenzung im Bereich SAV vorzunehmen. Dies deshalb, weil der Zweck der vorliegenden Vorabklärung darin bestand, die SAV-Systeme zu verstehen und allfällig damit verbundene kartellrechtlich relevante Punkte zu identifizieren, um beurteilen zu können, ob eine Untersuchung zu eröffnen ist. Die Vornahme einer konkreten Marktabgrenzung wäre im Rahmen eines zu eröffnenden Untersuchungsverfahrens vorzunehmen.

153. Somit nimmt das Sekretariat nachfolgend eine provisorische Marktabgrenzung vor, welche sich jedoch im Wesentlichen auf Aspekte der sachlichen Marktabgrenzung beschränkt. In sachlicher Hinsicht umfasst der relevante Markt alle Waren oder Leistungen, die von der Marktgegenseite hinsichtlich ihrer Eigenschaften und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks als substituierbar angesehen werden (Art. 11 Abs. 3 Bst. a der Verordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen vom 17. Juni 1996 [VKU; SR 251.4], die hier analog anzuwenden ist).

Uhrenmärkte

154. Die Marktgegenseite bildet in Bezug auf Fertiguhren deren Abnehmer, namentlich die Konsumenten.⁴⁸ Ausgehend von der Marktabgrenzung der EU-Kommission stellt sich zunächst die Frage, wie die Marktabgrenzung für den Bereich Herstellung und Verkauf von Uhren vorgenommen werden könnte, namentlich in welche Segmente der Uhrenmarkt aufgeteilt werden könnte. Zu dieser Frage hat sich die WEKO bereits in der Untersuchung *Swatch Group Lieferstopp* Gedanken gemacht und ist davon ausgegangen, dass die Marktabgrenzung auf einer Segmentierung des Uhrenmarktes nach Preisen naheliegend scheint, ohne eine abschliessende Marktabgrenzung vorgenommen zu haben.⁴⁹ Dies entspricht im Grundsatz der von der EU-Kommission angewandten Marktabgrenzung.

155. Auch die Tatsache, dass bspw. [...] den SAV bei den unterschiedlichen Marken bzw. in ihrer Markenhierarchie unterschiedlich organisiert (vgl. Rz 10 f.), spricht für eine Segmentierung des Uhrenmarktes in verschiedene Segmente nach Preisen. Die wesentlichen Fragen sind, welche Preissegmentierung angebracht ist und ob allenfalls weitere Segmentierungen nach anderen Differenzierungsmerkmalen nötig sind. Grundlegend wäre auch die Frage zu klären, auf welche Marken bzw. Segmente vorliegend fokussiert werden soll, denn die fünf befragten Unternehmen vertreten insgesamt 35 Uhrenmarken in den unterschiedlichsten Preisklassen.

156. Für die hier interessierenden Bereiche, nämlich Fertiguhren (sowohl mechanische Uhren als auch Quarzuhren⁵⁰) und SAV gibt es bisher keine gefestigte Praxis zur sachlichen Marktabgrenzung.

157. Im Entscheid *Swatch Group Lieferstopp* wurde der Bereich Uhren von der WEKO zwar thematisiert, eine Marktabgrenzung wurde jedoch keine vorgenommen.⁵¹ Es wurde festgehalten, dass der Markt für Uhren durch eine hohe Produkt- sowie Preisdifferenzierung

⁴⁷ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 95 ff.

⁴⁸ RPW 2014/1, 230 Rz 140, *Swatch Group Lieferstopp*.

⁴⁹ Vgl. RPW 2014/1, 231 Rz 145, *Swatch Group Lieferstopp*.

⁵⁰ Die SAV-Systeme der Uhrenhersteller beziehen sich nicht nur auf mechanische Uhren, sondern uneingeschränkt auch auf Quarzuhren.

⁵¹ RPW 2014/1, 230 Rz 140 ff., *Swatch Group Lieferstopp*.

gekennzeichnet sei. In Betracht gezogen wurden insbesondere Segmentierungen nach Preis, in Damen-/Herrenuhren, swiss made/nicht swiss made Uhren und Quarz-/mechanische Uhren. Eine Segmentierung des Uhrenmarktes in verschiedene Preissegmente erschien für die WEKO sinnvoll, weil die meisten Differenzierungsmerkmale von Uhren mit dem Preis in Zusammenhang stehen würden. Die Analyse wurde basierend auf den Segmentierungen im Entscheid *SUMRA/Distribution de montres*⁵² und des Branchenverbandes FH mit folgender Segmentierung vorgenommen:

- unteres Segment: Preis < ca. 2'000–3'000 CHF
- oberes Segment: Preis > ca. 2'000–3'000 CHF.⁵³

158. In Bezug auf die räumliche Marktabgrenzung wurde festgehalten, dass der relevante Markt – ohne dies untersucht zu haben – international abzugrenzen sei, weil Uhren, insbesondere swiss made Uhren, weltweit beworben und nachgefragt würden.⁵⁴

159. Obschon die Segmentierung nach Preisen zum jetzigen Zeitpunkt nicht eindeutig vorgenommen werden kann, drängt sich ein Abrücken von den dargelegten Überlegungen der WEKO im vorliegenden Fall nach Einschätzung des Sekretariats nicht auf. Daher ist mindestens von einer Segmentierung des Uhrenmarktes nach Preisklassen auszugehen.

Sekundärmärkte SAV und Ersatzteile

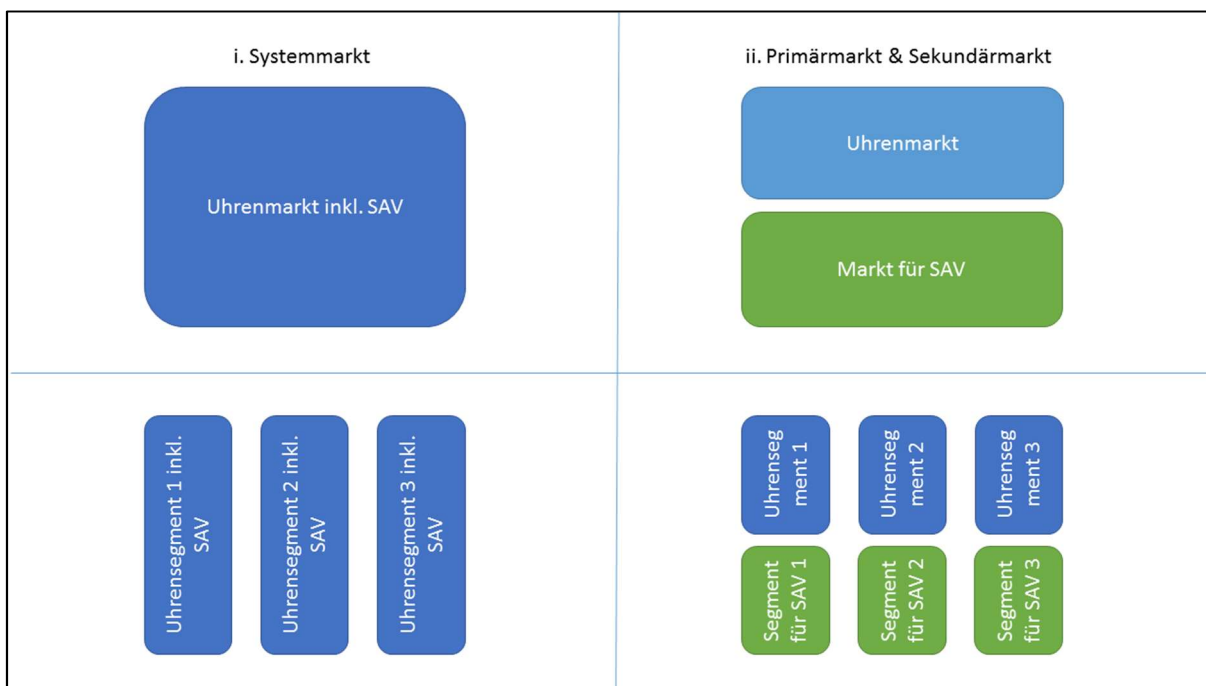
160. In Bezug auf die Sekundärmärkte SAV und Ersatzteile kann davon ausgegangen werden, dass die Erbringer von SAV-Dienstleistungen als die Marktgegenseite anzusehen sind, weil sie zum SAV zugelassen werden (müssen) und für die Erbringung von SAV-Dienstleistungen Ersatzteile der Uhrenhersteller nachfragen. Hinsichtlich der (sachlichen) Abgrenzung der relevanten Märkte ist nach Ansicht des Sekretariats zu berücksichtigen, dass der Uhrenmarkt gemäss der Untersuchung *Swatch Group Lieferstopp* in Segmente nach Preisklassen unterteilt werden kann. Entsprechend ist von mehreren eigenständigen SAV-Märkten und Ersatzteilmärkten (allenfalls nach Uhrenmarktsegmenten) auszugehen, wie Graphik 1 am Beispiel des SAV veranschaulicht (dies wäre analog für die Ersatzteile anzunehmen).

⁵² RPW 2001/3, 510 ff., *SUMRA/Distribution de montres*.

⁵³ RPW 2014/1, 231 Rz 145 ff., *Swatch Group Lieferstopp*.

⁵⁴ RPW 2014/1, 232 Rz 157, *Swatch Group Lieferstopp*.

Graphik 1: Optionen für die Marktabgrenzung



Hersteller-/Markenabhängigkeit

161. Das Szenario eines hersteller- bzw. markenunabhängigen Sekundärmarkts für SAV bzw. Ersatzteile kommt jedoch nur in Frage, wenn die Inputs und Dienstleistungen für den SAV verschiedener Hersteller austauschbar sind, was vorliegend nach Ansicht des Sekretariats zu verneinen ist. So bezeichnen die Uhrenhersteller einen grossen Teil der Ersatzteile als markenspezifisch. So gibt bspw. [...] an, dass beinahe sämtliche Teile nicht-substituierbare, [...]spezifische Teile seien (vgl. Rz 49). Vor diesem Hintergrund ist von verschiedenen Sekundärmärkten für hersteller- bzw. markenabhängigen SAV bzw. Ersatzteile auszugehen.

162. Für die sachliche Marktabgrenzung im vorliegenden Fall könnte grundsätzlich auch die sog. Systemmarkttheorie herangezogen werden. Märkte für Produkte, die erst nach dem Kauf eines sog. primären Produktes nachgefragt werden, werden als Sekundärmärkte oder Anschlussmärkte («aftermarkets») bezeichnet. Ersatzteile und Serviceleistungen sind hierfür typische Beispiele. Es stellt sich die Frage, ob Sekundärprodukte einen eigenen relevanten Markt oder zusammen mit dem Primärprodukt einen einzigen Markt, einen sog. Systemmarkt⁵⁵ darstellen.

163. Es sprechen für das Sekretariat einige Punkte gegen das Vorliegen von Systemmärkten, so namentlich die wohl eher lange Lebensdauer von Uhren, welche die disziplinierende Wirkung vom Primärmarkt auf den Sekundärmarkt eher gering erscheinen lässt. [...]. Auch

⁵⁵ Ein Systemprodukt bzw. ein Systemmarkt liegt vor, wenn eine ausreichende disziplinierende Wirkung vom Primärmarkt auf den nachgelagerten Sekundärmarkt ausgeht, weil das Verhalten eines Unternehmens auf dem Sekundärmarkt Rückwirkungen auf den eigenen Erfolg im Primärmarkt aufweist. Eine solche disziplinierende Wirkung kann entstehen, wenn ein Grossteil der Abnehmer bereits beim Erwerb des Primärproduktes die Kosten für die Sekundärprodukte, d.h. somit die über die Lebensdauer des Produktes gesamthaft anfallenden Kosten, berücksichtigt und auf dem Primärmarkt selbst genügend Wettbewerb besteht. Das Nachfrageverhalten nach (notwendigen) Sekundärprodukten wird schon beim Kauf des Primärproduktes von den Nachfragern antizipiert und wird somit quasi Teil des Nachfrageverhaltens nach dem Primärprodukt. Aus Nachfragesicht besteht das eigentliche Produkt somit aus einem Primärprodukt und (notwendigen) Sekundärprodukten. Es verkommt so zu einem Systemprodukt, welches aus ebendiesen besteht.

[...] hielt fest, dass Konsumentinnen und Konsumenten die Uhren erst dann für eine Revision bringen, wenn die Uhr nicht mehr läuft oder einen Schaden erlitten hat. Dies deutet darauf hin, dass Konsumentinnen und Konsumenten die Kosten für SAV-Dienstleistungen beim Kauf einer Uhr nicht berücksichtigen, weil der Reparatur-/Revisionsfall zum Zeitpunkt des Kaufs ausgeblendet resp. als sehr unwahrscheinlich wahrgenommen wird. Das Sekretariat schliesst jedoch nicht allgemein aus, dass je nach Segmentierung des Uhrenmarkts, die Systemmarkttheorie zum Tragen kommen könnte. Ein Weiterverfolgen dieser Frage drängt sich jedoch für das Sekretariat zum jetzigen Zeitpunkt und im Rahmen dieser Vorabklärung nicht auf, da es auf die Erkenntnisse (vgl. Rz 189 ff.) keinen Einfluss hat.

B.3.2.2.3. Zwischenfazit

164. Gestützt auf den aktuellen Informationsstand geht das Sekretariat in dieser Vorabklärung von den folgenden, vorläufigen Überlegungen aus:

- (1) Es ist zumindest von einer Segmentierung des Uhrenmarktes nach Preisklassen gemäss der in der Untersuchung Swatch Group Lieferstopp angewendeten (nicht abschliessenden) Marktabgrenzung auszugehen.
- (2) Es ist von eigenständigen Sekundärmärkten für SAV bzw. Ersatzteile auszugehen.
- (3) Es ist von einer Hersteller- bzw. Markenabhängigkeit
 - (i) bei den Sekundärmärkten für SAV auszugehen und
 - (ii) bei den Sekundärmärkten für Ersatzteile auszugehen.

B.3.2.3 Erheblichkeit – quantitatives Element

165. Die provisorische Marktabgrenzung führt dazu, dass die Uhrenhersteller in den (nicht abschliessend) abgegrenzten Märkten für SAV oder für Ersatzteile bereits deshalb eine starke Marktstellung innehaben, weil SAV-Arbeiten oder Ersatzteile nur in begrenztem Mass substituierbar sind. Daher geht das Sekretariat davon aus, dass die Marktanteile der Uhrenhersteller als hoch einzustufen sind. Vor diesem Hintergrund kann die Erheblichkeitsschwelle bezüglich der SAV-Systeme der Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, als erfüllt betrachtet werden.

B.3.2.4 Keine Unerheblichkeit aufgrund der Marktanteile

166. Die Abreden der Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, könnten (einzeln betrachtet) nach der Praxis der WEKO (Ziff. 13 Abs. 1 VertBek) in der Regel nicht zu einer erheblichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs führen, sofern kein an der Abrede beteiligtes Unternehmen auf einem von der Abrede betroffenen relevanten Markt einen Marktanteil von 15 % überschreitet. Entsprechend der oben dargelegten provisorischen Marktabgrenzung (vgl. Rz 152 ff.) geht das davon aus, dass die Marktanteilsschwelle von 15 % als überschritten zu betrachten ist. Eine Unerheblichkeit aufgrund der Marktanteile ist daher unwahrscheinlich. Dies wird zusätzlich durch den Umstand untermauert, dass die überwiegende Mehrheit der hier interessierenden Uhrenhersteller den SAV in einem selektiven Vertriebssystem organisiert hat. Es kann somit unabhängig von den individuellen Marktanteilen vom Vorliegen kumulativer Auswirkungen mehrerer, gleichartiger nebeneinander bestehender vertikaler Vertriebsnetze ausgegangen werden. Der WEKO-Praxis zu Folge bedeutet dies, dass die Marktanteilsschwelle von 15 % auf 5 % herabgesetzt wird (Ziff. 13 Abs. 2 VertBek), sodass die Unerheblichkeit aufgrund der Marktanteilsschwelle (noch) unwahrscheinlich(er) scheint.

B.3.2.5 Keine Rechtfertigung ohne Einzelfallprüfung

167. Wiederum ausgehend von der provisorischen Marktabgrenzung kann in Bezug auf die Abreden derjenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, auch die Frage der Rechtfertigung aus Gründen der wirtschaftlichen Effizienz ohne Einzelfallprüfung i.S.v. Art. 16 Abs. 2 VertBek verneint werden. Für die WEKO gelten Abreden in der Regel ohne Einzelfallprüfung als gerechtfertigt, wenn weder Anbieter noch Abnehmer einen Marktanteil von über 30 % aufweisen (Ziff. 16 Abs. 2 VertBek) Dies kommt jedoch nur dann in Frage, wenn keine Abrede nach Ziff. 12 Abs. 2 VertBek oder keine Abrede, die sich mit anderen kumulativ auf den Markt auswirkt, vorliegt. Aufgrund der provisorischen Marktabgrenzung ist aus denselben Gründen wie bei der Unerheblichkeit aufgrund der Marktanteile die entsprechende Schwelle für eine Rechtfertigung ohne Einzelfallprüfung als überschritten zu betrachten. Nach Ansicht des Sekretariats ist es daher unwahrscheinlich, dass eine Rechtfertigung ohne Einzelfallprüfung in Betracht käme.

B.3.2.6 Vorliegen von erheblichen Wettbewerbsabreden i.S.v. Art. 5 Abs. 1 KG

168. In Bezug auf die Wettbewerbsabreden derjenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, ist es aufgrund des Vorstehenden nach Einschätzung des Sekretariats wahrscheinlich, dass vom Vorliegen erheblicher Wettbewerbsabreden i.S.v. Art. 5 Abs. 1 KG auszugehen ist. Dieser Konklusion liegt – wovon auch die EU-Kommission ausgegangen ist – die Annahme eigenständiger Märkte für hersteller-/markenabhängigen SAV zu Grunde, da diesfalls in quantitativer Hinsicht selbst bei geringfügigem qualitativem Gewicht die Erheblichkeitsschwelle angesichts der quantitativen Elemente (Marktstellung Uhrenhersteller) als erreicht zu betrachten wäre. Zudem kommt weder eine Unerheblichkeit aufgrund der Marktanteile, noch eine Rechtfertigung ohne Einzelfallprüfung in Betracht, sodass sich alsdann die Frage nach der Rechtfertigung aus Gründen der wirtschaftlichen Effizienz stellt.

B.3.2.7 Rechtfertigung aus Gründen der wirtschaftlichen Effizienz i.S.v. Art. 5 Abs. 2 KG

169. Liegt eine den Wettbewerb erheblich beeinträchtigende Abrede vor, ist zu prüfen, ob diese gerechtfertigt ist. Dies ist möglich, wenn durch sie die wirtschaftliche Effizienz im Sinne von Art. 5 Abs. 2 KG gesteigert wird. Die Berücksichtigung anderer, nicht-ökonomischer Gründe ist den Wettbewerbsbehörden verwehrt – allfällige öffentliche Interessen, die für eine ausnahmsweise Zulassung einer an sich kartellrechtlich unzulässigen Abrede sprechen mögen, sind einzig vom Bundesrat zu beurteilen (Art. 8 KG). Wettbewerbsabreden sind gemäss Art. 5 Abs. 2 KG durch Gründe der wirtschaftlichen Effizienz gerechtfertigt, wenn sie:

- a) notwendig sind, um die Herstellungs- oder Vertriebskosten zu senken, Produkte oder Produktionsverfahren zu verbessern, die Forschung oder die Verbreitung von technischem oder beruflichem Wissen zu fördern oder um Ressourcen rationeller zu nutzen; und
- b) den beteiligten Unternehmen in keinem Fall Möglichkeiten eröffnen, wirksamen Wettbewerb zu beseitigen.

170. Wie bereits dargelegt wurde (vgl. Rz 135), argumentierten diejenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, auch damit, dass ihre selektiven Vertriebssysteme für den SAV dazu dienten, die Qualität der entsprechenden Dienstleistungen sicherzustellen bzw. der Kundin und dem Kunden qualitativ hochstehende SAV-Dienstleistungen anzubieten bzw. diese zu gewährleisten. Daneben wurde vereinzelt auch das Argument vorgetragen, dass mit dem selektiven Vertrieb die Fälschungsbekämpfung verstärkt werden könne.

171. [...] hielt fest, dass angesichts der Komplexität ihrer mechanischen Uhren und der Tatsache, dass diese aus Teilen, die einer spezifischen Architektur von [...] entstammten, zusammengesetzt seien, ausschliesslich von [...] ausgebildete Uhrmacherinnen und Uhrmacher in der Lage seien, einen qualitativen Minimalstandard für die Revision und die Reparaturen von [...]Uhren zu garantieren.

172. [...] führte aus, dass eine Ausbildung nötig sei, um einen «service après-vente» in einer so guten Qualität wie die Uhren selbst zu erbringen.

173. [...] erläuterte, dass sie Prestigehhren mit einer quasi unbegrenzten Lebensdauer herstellen würde. Aus diesem Grund müssten sie sicherstellen, dass ein «service après-vente» mit höherem Qualitätsstandard angeboten werde.

174. Hält man sich diese Argumente vor Augen, so scheint es nach Ansicht des Sekretariats nicht abwegig zu sein, dass die selektiven Vertriebssysteme der Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, für den SAV notwendig sein könnten, die Produkte (SAV-Dienstleistungen) bzw. Produktionsverfahren zu verbessern resp. die Qualität des SAV auf einem bestimmten (hohen) Niveau aufrecht zu erhalten. Offen ist, ob und wie besagte Uhrenhersteller den Umstand rechtfertigen könnten bzw. würden, dass für die Zulassung zum SAV der Verkauf von Uhren vorausgesetzt wird. Diese Frage kann zum jetzigen Zeitpunkt nicht (abschliessend) beurteilt werden.

B.3.2.8 Verfahren der EU-Kommission

175. Vergleichend zur Einschätzung des Sekretariats werden nachstehend die wichtigsten Erkenntnisse der EU-Kommission herangezogen. In Bezug auf Art. 101 AEUV kam die EU-Kommission zu den Schlüssen, dass

- die Wahrscheinlichkeit, das Vorliegen einer Vereinbarung oder abgestimmten Verhaltensweise zwischen den Uhrenherstellern zu beweisen, begrenzt sei,⁵⁶
- die Gruppenfreistellungsverordnung nicht anwendbar sei, da mehrere getrennte Märkte für Reparatur- und Wartungsdienstleistungen sowie für Ersatzteile bestehen würden, wobei diese grundsätzlich auf eine bestimmte Uhrenmarke beschränkt seien, und die Uhrenhersteller in diesen Märkten wohl einen Marktanteil von über 30 % halten würden,⁵⁷
- die selektiven Vertriebssysteme der Uhrenhersteller im Bereich Reparatur auf qualitativen Kriterien zu basieren scheinen, die objektiv, verhältnismässig und einheitlich festgelegt sind und unterschiedslos angewandt werden, weshalb es nicht wahrscheinlich sei, dass diese Systeme unter Art. 101 AEUV fallen würden,⁵⁸
- die Verpflichtung, welche die Uhrenhersteller den autorisierten Werkstätten auferlegen, nämlich die Ersatzteile nicht an unabhängige Werkstätten zu verkaufen, keinen Verstoss gegen Art. 101 AEUV darstelle (Art. 4 Bst. b, dritter Spiegelstrich GVO).⁵⁹

B.3.2.9 Zwischenfazit

176. Das Sekretariat geht gestützt auf Vorstehendes davon aus, dass die SAV-Systeme sämtlicher Uhrenhersteller als vertikale Wettbewerbsabreden über den selektiven Vertrieb qualifiziert werden können. Die Abreden derjenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf nicht

⁵⁶ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 138 ff.

⁵⁷ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 147 ff.

⁵⁸ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 153 ff.

⁵⁹ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 171 ff.

mit dem SAV verknüpfen, können als rein qualitativer Selektivvertrieb betrachtet werden, was der WEKO-Praxis zu Folge deren Unerheblichkeit bedeutet. Diesbezüglich gilt es allerdings einschränkend anzubringen, dass die eben genannte Einschätzung auf der aktuellen Erkenntnis fusst, dass keine Hinweise auf das Vorliegen von unzulässigen vertikalen Wettbewerbsabreden i.S.v. Art. 5 Abs. 4 KG bestehen. Würden solche vorliegen, wäre die Unerheblichkeit aufgrund eines rein qualitativen Selektivvertriebs hinfällig.

177. Die Wettbewerbsabreden derjenigen Uhrenhersteller, welche den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, können aufgrund der starken Marktstellung als den Wettbewerb erheblich beeinträchtigend i.S.v. Art. 5 Abs. 1 KG qualifiziert werden. Diesbezüglich ist weder die Unerheblichkeit aufgrund der Marktanteile, noch eine Rechtfertigung ohne Einzelfallprüfung als wahrscheinlich einzustufen. Nicht ausgeschlossen ist für das Sekretariat, dass eine Rechtfertigung aus Gründen der wirtschaftlichen Effizienz i.S.v. Art. 5 Abs. 2 KG möglich ist, diese Frage ist derzeit offen und wäre im Rahmen eines zu eröffnenden Untersuchungsverfahrens zu klären.

178. Wie einleitend zu diesem Abschnitt erwähnt wurde, wäre es nach Ansicht des Sekretariats denkbar, dass die SAV-Systeme der Uhrenhersteller aus kartellrechtlicher Sicht als missbräuchliche Verhaltensweisen marktbeherrschender Unternehmen betrachtet werden könnten. Zurückzuführen ist diese Überlegung auf die hier vorgenommene provisorische Marktabgrenzung, die dazu führt, dass wenn von eigenständigen, markenabhängigen Märkten für den SAV sowie Ersatzteile für Uhren ausgegangen wird, eine Substituierbarkeit nur in sehr begrenztem Mass möglich ist, was bedeutet, dass den Uhrenherstellern eine erhebliche Marktstellung zukommt. Ob die Uhrenhersteller als marktbeherrschend einzustufen sind und gegebenenfalls ihre SAV-Systeme missbräuchlich sein könnten i.S.v. Art. 7 KG, darauf wird im Folgenden eingegangen.

B.4 Unzulässige Verhaltensweisen marktbeherrschender Unternehmen i.S.v. Art .7 KG?

B.4.1 Marktbeherrschende Stellung

179. Gemäss Art. 4 Abs. 2 KG gelten als marktbeherrschende Unternehmen einzelne oder mehrere Unternehmen, die auf einem Markt als Anbieter oder Nachfrager in der Lage sind, sich von anderen Marktteilnehmern (Mitbewerbern, Anbietern oder Nachfragern) in wesentlichem Umfang unabhängig zu verhalten. Das Vorliegen einer marktbeherrschenden Stellung ergibt sich aus der Kombination mehrerer Faktoren, die namentlich die Markt- und die Unternehmensstruktur, die Verhaltens- und Wirksamkeitskriterien sowie das Bestehen von allfälligen Marktzutrittsschranken betreffen und die für sich alleine genommen nicht notwendigerweise entscheidend wären.⁶⁰ Gemäss dem Bundesgericht ist ein hoher Marktanteil ein starkes Indiz für eine marktbeherrschende Stellung, aber dies allein bedeutet nicht zwangsläufig, dass kein wirksamer Wettbewerb bzw. keine gleichwertigen Ausweichmöglichkeiten bestehen.⁶¹

180. Geht man von der oben dargelegten provisorischen Marktabgrenzung (vgl. Rz 152 ff.) von eigenständigen Märkten für hersteller-/markenabhängigen SAV aus, bedeutet dies, dass nur die Uhrenhersteller selbst sowie von diesen zugelassene Wiederverkäufer /Reparateure SAV-Dienstleistungen anbieten können. Alternative Anbieter für SAV-Arbeiten (die nicht zum SAV zugelassen sind) wären kaum vorhanden, da Ersatzteile für Revisionen, Reparaturen

⁶⁰ EVELYNE CLERC/PRANVERA KËLLEZI, in: Commentaire Romand, Droit de la concurrence, Tercier/Bovet (Hrsg.), 2011, Art. 4 KG N 131.

⁶¹ BGE 130 II 459, E. 5.7.2.

oder andere Arbeiten im Wesentlichen markenspezifisch sind und von unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmacher nicht bezogen werden können. Bereits dieser Umstand deutet darauf hin, dass die Uhrenhersteller über eine starke Stellung auf den Märkten für den SAV sowie Ersatzteile verfügen. Dies umso mehr, als die Uhrenhersteller alleine darüber entscheiden können, welche Uhrmacherinnen und Uhrmacher zu ihren SAV-Systemen zugelassen werden und damit, an wen für den SAV erforderlich Ersatzteile geliefert werden. Das Vorliegen einer marktbeherrschenden Stellung der hier interessierenden Uhrenhersteller kann somit nicht ausgeschlossen werden. Folglich stellt sich nach Ansicht des Sekretariats die Frage, ob die SAV-Systeme der Uhrenhersteller als missbräuchliche Verhaltensweisen i.S.v. Art. 7 KG qualifiziert werden könnten.

B.4.2 Missbräuchliche Verhaltensweisen marktbeherrschender Unternehmen

181. Gemäss der Generalklausel von Art. 7 Abs. 1 KG verhalten sich marktbeherrschende Unternehmen unzulässig, wenn sie durch den Missbrauch ihrer Stellung auf dem Markt andere Unternehmen in der Aufnahme oder Ausübung des Wettbewerbs behindern oder die Marktgegenseite benachteiligen. Es kann zwischen einem sog. Behinderungsmissbrauch und einem sog. Benachteiligungs- bzw. Ausbeutungsmissbrauch unterschieden werden. Eine klare Zuordnung ist nicht in allen Fällen möglich, da Geschäftspraktiken von marktbeherrschenden Unternehmen zugleich behindernd und ausbeutend sein können.⁶²

182. In Art. 7 Abs. 2 KG hat der Gesetzgeber eine nicht abschliessende Liste von Verhaltensweisen aufgestellt, die das Verbot von Art. 7 Abs. 1 KG veranschaulichen bzw. konkretisieren soll.⁶³ Die Tatbestände von Art. 7 Abs. 2 KG indizieren jedoch nicht per se eine unzulässige Verhaltensweise; es müssen vielmehr immer die Kriterien der Generalklausel von Art. 7 Abs. 1 KG erfüllt sein, damit ein Missbrauch vorliegt.⁶⁴

183. Wie es das Bundesgericht im Fall «Publigroupe»⁶⁵ festgehalten hat, ist im Einzelfall anhand eines dualen Prüfungsmusters zu eruieren, ob ein unzulässiges Verhalten bzw. ein Missbrauch vorliegt: In einem ersten Schritt ist zu prüfen, ob eine Verhaltensweise nach Art. 7 Abs. 2 KG eine Behinderung bzw. Benachteiligung i.S.v. Art. 7 Abs. 1 KG darstellt. In einem zweiten Schritt sind mögliche Rechtfertigungsgründe (sog. *legitimate business reasons*) zu prüfen.

184. In Frage könnten bezüglich der SAV-Systeme der Uhrenhersteller verschiedene missbräuchliche Verhaltensweisen kommen, so namentlich die Verweigerung von Geschäftsbeziehungen (Art. 7 Abs. 2 lit. a KG): Die Nicht-Lieferung von Ersatzteilen an Uhrmacherinnen und Uhrmacher, die nicht zum SAV-System eines Uhrenherstellers zugelassen sind, könnte als Verweigerung von Geschäftsbeziehungen betrachtet werden. Die SAV-Systeme könnten dazu führen, dass unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher im Bereich SAV behindert werden.

185. In diesem Zusammenhang gilt es darauf hinzuweisen, dass sämtliche Uhrenhersteller ihre selektiven Vertriebssysteme mit der Sicherstellung der Qualität des SAV begründeten. Wie das Sekretariat vorstehend im Kontext mit der Unerheblichkeit von rein qualitativem Selektivvertrieb aufgezeigt hat, kann davon ausgegangen werden, dass die SAV-Systeme der Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren nicht mit dem SAV verknüpfen, die Vorausset-

⁶² RPW 2010/1, 166 Rz 322, *Preispolitik Swisscom ADSL*; vgl. auch BGE 139 I 72, E. 10.1.1, *Publigroupe SA et al./WEKO*.

⁶³ Vgl. RPW 2012/3, 467 Rz 71, *Erdgas Zentralschweiz AG*; Botschaft KG 1995, BBl 1995 I 468, 570.

⁶⁴ Vgl. Botschaft KG 1995, BBl 1995 I 468, 570; RPW 2004/2, 368 Rz 57 *Produktebündel „Talk & Surf“*.

⁶⁵ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 109 ff.

zungen von Ziff. 14 VertBek erfüllen und dementsprechend als unerhebliche Wettbewerbsabreden einzustufen sind. Für das Sekretariat stellt sich daher die Frage, ob nicht mit demselben Argument allfällige missbräuchliche Verhaltensweisen i.S.v. Art. 7 KG sachlich gerechtfertigt sein könnten. Ähnlich argumentierte auch die EU-Kommission, die zum Schluss kam, dass es nicht auszuschliessen sei, dass die von den Uhrenherstellern vorgetragene Rechtfertigungsgründe (u.a. in Bezug auf die selektiven Vertriebssysteme) einen möglichen Verstoss gegen Art. 102 AEUV sachlich rechtfertigen könnten. Das Sekretariat erachtet es daher als wahrscheinlich, dass die SAV-Systeme derjenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren nicht mit dem SAV verknüpfen, sachlich gerechtfertigt sein könnten.

186. Wie bei der Frage des Vorliegens von Wettbewerbsabreden stellt sich bezüglich der SAV-Systeme derjenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, die Frage, ob und wie die Verknüpfung des Verkaufs von Uhren mit dem SAV sachlich rechtfertigbar wäre bzw. gerechtfertigt würde. Zur Veranschaulichung werden im folgenden Abschnitt die wesentlichen Punkte der EU-Kommission zu Art. 102 AEUV wiedergegeben.

B.4.3 Verfahren der EU-Kommission

187. In Bezug auf den möglichen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung kam die EU-Kommission zum Schluss, dass

- in diesem Fall kein Szenario vorliege, in welchem ein marktbeherrschendes Unternehmen versuche, sich einen nachgelagerten oder benachbarten Markt alleine vorzubehalten, indem es verweigere, seinen Wettbewerbern in diesem nachgelagerten oder benachbarten Markt einen notwendigen Input zu liefern (wie in den von der CEAHR als Referenz vorgebrachten Fällen);⁶⁶
- die Tatsache, dass Uhrenhersteller sich weigern, die Belieferung von unabhängigen Werkstätten fortzusetzen, alleine nicht genüge, um einen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung zu beweisen, da Wettbewerb nicht nur zwischen autorisierten und nichtautorisierten Werkstätten, sondern zwischen den autorisierten (von den Herstellern unabhängigen) Werkstätten stattfindet, zumindest solange als die selektiven Vertriebssysteme der Hersteller bestimmte (qualitative) Kriterien erfüllen⁶⁷ und
- die Weigerung, die unabhängigen Werkstätten mit Ersatzteilen zu beliefern, verbunden sei mit der Einführung der selektiven Vertriebssysteme im Bereich Reparatur, für welche die Uhrenhersteller Rechtfertigungsgründe vorgebracht hätten, und nicht auszuschliessen sei, dass diese sachlich gerechtfertigt seien,⁶⁸ weshalb es unwahrscheinlich sei, einen Verstoss gegen Art. 102 AEUV zu finden.

B.4.4 Zwischenfazit

188. Aus den vorstehend genannten Gründen erachtet es das Sekretariat als wahrscheinlich, dass die SAV-Systeme derjenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren nicht mit dem SAV verknüpfen, als sachlich gerechtfertigt betrachtet werden könnten. Dies, weil die SAV-Systeme als rein qualitativer Selektivvertrieb betrachtet werden können. Zu berücksichtigen gilt es auch, dass die EU-Kommission in ihrer Entscheidung (weil es sich bei den selektiven Vertriebssystemen um rein qualitative handeln könnte) nicht von einem Verstoss gegen Art. 102 AEUV ausgeht, die Wahrscheinlichkeit eines solchen als gering einzustufen sei. Dieser Entscheidung wurde vom EuG gestützt, die entsprechende, vom 7. Oktober 2014 erhobene Klage des CEAHR wurde vollumfänglich abgewiesen. Wie bei den Wettbewerbsabreden ist

⁶⁷ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 117 ff.

⁶⁸ Vgl. EU-Rückweisungsentscheid (Fn 24), Rz 130 ff.

hinsichtlich der SAV-Systeme der Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, offen, ob die entsprechenden SAV-Systeme sachlich gerechtfertigt sein könnten. Eine sachliche Rechtfertigung scheint zwar grundsätzlich nicht ausgeschlossen, offen ist für das Sekretariat jedoch, ob und wie die Voraussetzung des Verkaufs von Uhren für die Erbringung von SAV-Dienstleistung erforderlich ist. Diese Frage kann zum jetzigen Zeitpunkt nicht beurteilt werden; dies wäre im Rahmen eines zu eröffnenden Untersuchungsverfahrens zu klären.

C Erkenntnisse

189. Das Sekretariat kommt in der vorliegenden Vorabklärung zu den folgenden Erkenntnissen:

- Die SAV-Systeme der im Rahmen dieser Vorabklärung betrachteten Uhrenhersteller können als vertikale Wettbewerbsabreden i.S.v. Art. 4 Abs. 1 KG über den selektiven Vertrieb qualifiziert werden. Die Wettbewerbsabreden können nach der WEKO-Praxis als rein qualitativer Selektivvertrieb betrachtet und folglich als unerheblich eingestuft werden. Das Gesagte gilt jedoch nicht für diejenigen Uhrenhersteller, welche den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpft haben; bei diesen ist von der Erheblichkeit im Sinne von Art. 5 Abs. 1 KG auszugehen. Offen ist, ob die entsprechenden Uhrenhersteller die erheblichen Wettbewerbsabreden aus Gründen der wirtschaftlichen Effizienz i.S.v. Art. 5 Abs. 2 KG rechtfertigen könnten.
- Das Sekretariat erachtet es als nicht unwahrscheinlich, dass die Uhrenhersteller auf den provisorisch abgegrenzten, eigenständigen und markenabhängigen Märkten für SAV-Dienstleistungen und Ersatzteile als marktbeherrschend eingestuft werden können i.S.v. Art. 4 Abs. 2 KG. Die SAV-Systeme der Uhrenhersteller könnten als missbräuchliche Verhaltensweisen i.S.v. Art. 7 KG betrachtet werden, namentlich als Verweigerung von Geschäftsbeziehungen i.S.v. Art. 7 Abs. 2 lit. a KG. Hinsichtlich derjenigen Uhrenhersteller, welche den Verkauf von Uhren nicht mit dem SAV verknüpfen, stuft es das Sekretariat als wahrscheinlich ein, dass allfällige, von den SAV-Systemen ausgehende missbräuchliche Verhaltensweisen sachlich gerechtfertigt sein könnten, da vom Vorliegen von rein qualitativem Selektivvertrieb ausgegangen werden kann. Dies gilt nicht für die SAV-Systeme derjenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen. Bei diesen ist offen, ob und inwiefern die Verknüpfung des Verkaufs von Uhren mit dem SAV sachlich gerechtfertigt werden könnte.

190. Die zentrale Frage, die sich für das Sekretariat stellt, ist, ob die Eröffnung eines Untersuchungsverfahrens gestützt auf die Erkenntnisse dieser Vorabklärung angezeigt wäre. Dabei wäre im Wesentlichen die Frage zu klären, ob Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, ihre SAV-Systeme aus Gründen der wirtschaftlichen Effizienz bzw. sachlich rechtfertigen könnten. Aufgrund der Umstände des vorliegenden Falles sprechen für das Sekretariat die folgenden Gründe gegen die Eröffnung einer Untersuchung:

- Die sich in casu stellenden (zentralen) kartellrechtlichen Fragen wurden von der EU-Kommission bereits beurteilt und der entsprechende Entscheid wurde vom EuG gestützt. Hervorzuheben ist dabei, dass es sich bei den SAV-Systemen, die im Rahmen dieser Vorabklärung beleuchtet wurden, im Wesentlichen um dieselben handelt, die auch von der EU-Kommission beurteilt wurden. Das Sekretariat ist im Rahmen der vorliegenden Vorabklärung in den wesentlichen Punkten zu denselben Erkenntnissen gekommen wie die EU-Kommission in ihrem Verfahren. Die Eröffnung eines Untersuchungsverfahrens würde daher dem Entscheid der EU-Kommission zuwiderlaufen, und dies, obschon diese Vorabklärung keine Schweiz-spezifischen Unterschiede in Bezug auf den SAV zu Tage gefördert hat.

- Obschon die Frage der Rechtfertigung im Rahmen dieser Vorabklärung nicht eingehend geprüft werden kann, trugen die Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, Argumente vor, mit welchen die hinter den SAV-Systemen stehende Absicht dargelegt wurde. Diese lassen es nach Ansicht des Sekretariats zumindest nicht ausschliessen, dass die SAV-Systeme besagter Uhrenhersteller rechtfertigbar sein könnten.

191. Die Eröffnung einer Untersuchung stuft das Sekretariat aus den eben genannten Gründen als nicht verhältnismässig ein, denn:

- Es bestehen in casu keine Anhaltspunkte, welche auf Abreden i.S.v. Art. 5 Abs. 4 KG hindeuten. Zudem liegen keine nach der Praxis der WEKO als qualitativ schwerwiegend zu betrachtende Abreden i.S.v. Ziff. 12 (2) VertBek vor. Dies zeigt in Verbindung mit den Schlussfolgerungen der EU-Kommission bzw. des EuG für das Sekretariat, dass eine Untersuchungseröffnung im vorliegenden Fall nicht verhältnismässig wäre.
- Die Eröffnung einer Untersuchung würde zudem erfolgen, obschon sich bereits jetzt abzeichnen lässt, dass die Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren mit dem SAV verknüpfen, ihre Systeme rechtfertigen könnten. Nach Einschätzung des Sekretariats würden sich besagte Uhrenhersteller darauf konzentrieren, ihre bereits vorgetragenen rechtfertigenden Argumente weiter zu substantiieren. Bereits das Vorgetragene scheint dem Sekretariat zufolge nicht unplausibel zu sein, weshalb es eine Untersuchungseröffnung zur weiteren Klärung der Rechtfertigungsfrage keine grundlegend neuen Erkenntnisse zu Tage fördern würde.
- Weiter fällt für das Sekretariat ins Gewicht, dass es unabhängigen Uhrmacherinnen und Uhrmachern offensteht, sich für die Zulassung zu den SAV-Systemen derjenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren nicht mit dem SAV verknüpfen, zu bewerben. Es trifft somit nicht zu, dass unabhängige Uhrmacherinnen und Uhrmacher durch die SAV-Systeme der Uhrenhersteller vollständig von der Erbringung von SAV-Dienstleistungen für Uhren abgehalten werden. Diejenigen Uhrenhersteller, die den Verkauf von Uhren nicht mit dem SAV verknüpfen, haben indes (legitime) Kriterien aufgestellt, die es zu erfüllen gilt. Von einer flächendeckenden Existenzbedrohung unabhängiger Uhrmacherinnen und Uhrmacher ist nach Ansicht des Sekretariats nicht auszugehen.
- Ferner ist anzumerken, dass auch der Aufwand, der einem Unternehmen im Falle einer Untersuchung entstehen kann, angesichts der besonderen Umstände des vorliegenden Falles, nur schwerlich als verhältnismässig eingestuft werden kann. Ein Untersuchungsverfahren ist in zeitlicher und administrativer Hinsicht mit einem nicht unerheblichen Aufwand verbunden, der nach Ansicht des Sekretariats einzig zur Klärung der Frage der Rechtfertigung, die sich bereits zum jetzigen Zeitpunkt abzeichnet, nicht verhältnismässig wäre.

192. Das Sekretariat der Wettbewerbskommission, gestützt auf den bekannten Sachverhalt und die vorangehenden Erwägungen, beschliesst,

1. die Vorabklärung ohne Folgen einzustellen;
2. teilt den Beteiligten die Einstellung der Vorabklärung mit,
3. beschliesst, diesen Schlussbericht zu publizieren.