



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

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

---

# Schlussbericht des Sekretariats der WEKO vom 10. Mai 2022

in Sachen Vorabklärung gemäss Art. 26 KG betreffend

## 22-0502 Vertriebssystem von Yamaha- Produkten

wegen allenfalls unzulässiger Wettbewerbsabreden gemäss Art. 5 KG

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>A</b>	<b>Sachverhalt</b> .....	<b>4</b>
A.1	Gegenstand der Vorabklärung .....	4
A.2	Verfahren.....	4
A.3	Wesentliche Erkenntnisse der Vorabklärung.....	6
A.3.1	Die HAG und ihre relevanten Vertragsbeziehungen .....	7
A.3.1.1	Informationen zum angezeigten Unternehmen (HAG) .....	7
A.3.1.2	Verträge der HAG mit der Herstellerin (Yamaha bzw. YMC und YME).....	8
A.3.1.3	Verträge der HAG mit ihren Vertriebs- und Servicepartnern (Yamaha-Partner).....	9
A.3.2	Vertrieb der Yamaha-Produkte .....	11
A.3.3	Parallel- und Direktimporte .....	12
A.3.3.1	Alleinbezugsverpflichtung der Yamaha-Partner .....	12
A.3.3.1.1	Stellungnahme der HAG zur Alleinbezugsverpflichtung ihrer Yamaha-Partner .....	15
A.3.3.1.2	Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragung zu ihrer Alleinbezugsverpflichtung .....	17
A.3.3.1.3	Zwischenfazit zur Alleinbezugsverpflichtung der Yamaha-Partner .....	17
A.3.3.2	Garantieleistungen der HAG .....	18
A.3.3.2.1	Stellungnahme der HAG zu ihren Garantieleistungen .....	21
A.3.3.2.2	Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragung zu den Garantieleistungen der HAG .....	22
A.3.3.2.3	Zwischenfazit zu den Garantieleistungen der HAG .....	23
A.3.3.3	Zwischenfazit zu Parallel- und Direktimporten .....	23
A.3.4	Belieferung spezifischer Kundengruppen .....	24
A.3.4.1	Stellungnahme der HAG zur Belieferung spezifischer Kundengruppen .....	25
A.3.4.2	Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragung zur Belieferung spezifischer Kundengruppen.....	25
A.3.4.3	Zwischenfazit zur Belieferung spezifischer Kundengruppen .....	26
A.3.5	Preisgestaltung betreffend Motorräder und Roller .....	26
A.3.5.1	Preissetzung der Yamaha-Partner betreffend Motorräder und Roller .....	26
A.3.5.1.1	Stellungnahme der HAG zur Preissetzung ihrer Yamaha-Partner .....	28
A.3.5.1.2	Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragungen zu ihrer Preissetzung.....	30
A.3.5.1.3	Zwischenfazit zur Preissetzung der Yamaha-Partner betreffend Motorräder und Roller.....	36
A.3.5.2	Margen und Sonderrabatte.....	36
A.3.5.2.1	Stellungnahme der HAG zu Margen und Sonderrabatten .....	37
A.3.5.2.2	Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragung zu Margen und Sonderrabatten .....	37
A.3.5.2.3	Zwischenfazit zu Margen und Sonderrabatten .....	37
A.3.5.3	Zwischenfazit zur Preisgestaltung betreffend Motorräder und Roller .....	38
A.4	Zusammenfassung .....	38
<b>B</b>	<b>Erwägungen</b> .....	<b>40</b>
B.1	Geltungsbereich.....	40
B.2	Vorbehaltene Vorschriften .....	40
B.3	Wettbewerbsabreden.....	40
B.3.1	Verhaltenskoordination.....	41
B.3.2	Bezwecken oder Bewirken einer Wettbewerbsbeschränkung.....	43

B.3.3	Unternehmen gleicher oder verschiedener Marktstufen .....	45
B.3.4	Zwischenfazit .....	48
B.4	Unzulässige Wettbewerbsabreden nach Art. 5 Abs. 3 und 4 KG.....	48
B.4.1	Wettbewerbsabreden .....	49
B.4.1.1	Vertikale Preisabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG .....	49
B.4.1.2	Vertikale indirekte Gebietsschutzabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG .....	50
B.4.1.3	Horizontale Kundenabreden nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG .....	52
B.4.2	Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs .....	53
B.4.2.1	Relevante Märkte und Wettbewerbsverhältnisse.....	53
B.4.2.1.1.	Relevante Märkte .....	53
B.4.2.1.2.	Wettbewerbsverhältnisse .....	56
B.4.2.2	Widerlegung der Vermutung der Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs .....	59
B.4.3	Erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs .....	59
B.4.4	Rechtfertigung.....	59
B.5	Unzulässige Wettbewerbsabreden nach Art. 5 Abs. 1 KG .....	61
B.5.1	Wettbewerbsverbote betreffend Ersatzteile von konkurrierenden Herstellern .....	61
B.5.2	Erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs .....	62
B.5.3	Rechtfertigung.....	63
B.6	Ergebnis .....	63
<b>C</b>	<b>Anregungen nach Art. 26 Abs. 2 KG .....</b>	<b>65</b>
<b>D</b>	<b>Kosten .....</b>	<b>65</b>
<b>E</b>	<b>Schlussfolgerungen .....</b>	<b>67</b>

## A Sachverhalt

### A.1 Gegenstand der Vorabklärung

1. Ausgangspunkt der vorliegenden Vorabklärung gemäss Art. 26 KG<sup>1</sup> waren Hinweise aus dem Markt, die das Sekretariat der Wettbewerbskommission (nachfolgend: Sekretariat) Ende 2018 erhielt, wonach die hostettler ag sursee (nachfolgend: HAG), Schweizer Generalimporteurin von Yamaha-Produkten, ihren Vertriebspartnern Wiederverkaufspreise vorgebe, die sie versuche durchzusetzen, indem sie den Vertriebspartnern mit Vertragskündigungen drohe.
2. Nach Durchsicht der Verträge zwischen der HAG und ihren Yamaha-Vertriebs- und Servicepartnern, die auf allenfalls unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen hindeuteten, eröffnete das Sekretariat am 18. September 2019 eine Vorabklärung, die verschiedene Aspekte des Vertriebssystems umfasste. Im Fokus stehen Hinweise für möglicherweise unzulässige und sanktionsbedrohte vertikale Preis- und Gebietsschutzabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG (Rz 200 ff.) und horizontale Kundenabreden nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG (Rz 218 ff.).<sup>2</sup> Daneben bestanden Hinweise für möglicherweise unzulässige, nicht-sanktionsbedrohte Wettbewerbsverbote nach Art. 5 Abs. 1 KG (Rz 265 ff.).<sup>3</sup>
3. Im Laufe der Vorabklärung legte die HAG dem Sekretariat revidierte Verträge mit ihren Yamaha-Vertriebs- und Servicepartnern vor, die einen Teil der wettbewerbsrechtswidrigen Klauseln der oben genannten Verträge aufheben (Rz 8, 14).
4. Die folgenden Abschnitte enthalten eine Zusammenfassung des Verfahrens (A.2) und der wesentlichen Erkenntnisse der Vorabklärung (A.3), sowie eine Zusammenfassung (A.4).

### A.2 Verfahren

#### *Anzeige und erstes Auskunftsbegehren*

5. Am 22. Dezember 2018 erhielt das Sekretariat Hinweise aus dem Markt,<sup>4</sup> wonach die HAG, Schweizer Generalimporteurin von Yamaha-Produkten, versuche, die Wiederverkaufspreise ihrer Vertriebspartner zu kontrollieren.<sup>5</sup> Die HAG versuche, bestimmte Wiederverkaufspreise durchzusetzen, indem sie Druck auf die Vertriebspartner ausübe und androhe, die Vertriebsverträge bei Nichteinhaltung der vorgegebenen Wiederverkaufspreise zu kündigen.<sup>6</sup>
6. Am 6. Februar 2019 forderte das Sekretariat die HAG u. a. auf, zu den anonymisierten Hinweisen Stellung zu nehmen und die aktuellen Vertriebsverträge einzureichen.<sup>7</sup> Mit Stellungnahme vom 6. März 2019 reichte die HAG insbesondere Verträge mit ihren Yamaha-Vertriebs- und Servicepartnern, den Yamaha-Vertretungen und Yamaha-Service-Stellen (zusammen nachfolgend: Yamaha-Partner) der Jahre 2017/2018 (nachfolgend: Verträge 2017/2018), sowie Preislisten der Jahre 2018 und 2019 und eine Händlerliste des Jahres 2019 ein.<sup>8</sup>

---

<sup>1</sup> Bundesgesetz vom 6.10.1995 über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellgesetz, KG; SR 251).

<sup>2</sup> Act. 7.

<sup>3</sup> Act. 7.

<sup>4</sup> Act. 1.

<sup>5</sup> Act. 1.

<sup>6</sup> Act. 1.

<sup>7</sup> Act. 5.

<sup>8</sup> Act. 6.

### *Eröffnung einer Vorabklärung und weiteres Auskunftsbegehren*

7. Am 18. September 2019 eröffnete das Sekretariat eine Vorabklärung gemäss Art. 26 KG und forderte die HAG zur Stellungnahme auf.<sup>9</sup> Am 20. November 2019 reichte die HAG ihre Stellungnahme ein.<sup>10</sup>

8. Am 18. Februar 2020 liess das Sekretariat der HAG weitere Ergänzungsfragen zukommen.<sup>11</sup> Mit Eingabe vom 6. Mai 2020 beantwortete die HAG die Ergänzungsfragen und liess dem Sekretariat insbesondere eine korrigierte Umsatztable des Jahres 2018 und revidierte Verträge und Preislisten des Jahres 2020 zukommen.<sup>12</sup> Zu den vorgenannten revidierten Verträgen gab die HAG an, dass sie diese noch nicht den Yamaha-Partnern zugestellt habe, sie aber rückwirkend ab dem 1. Januar 2020 in Kraft treten und die vorherigen Verträge ersetzen würden.<sup>13</sup>

### *Erste Yamaha-Partner-Befragung und weitere Auskunftsbegehren*

9. Am 11. Juni 2020 führte das Sekretariat eine Befragung von 20 der insgesamt 88 Yamaha-Partner<sup>14</sup> durch (nachfolgend: Yamaha-Partner-Befragung).<sup>15</sup> Das Sekretariat wählte [...] zehn Yamaha-Vertretungen und [...] zehn Yamaha-Service-Stellen, [...], für die Befragung aus.<sup>16</sup>

10. Mit Schreiben vom 15. Juni 2020 forderte das Sekretariat die HAG auf, zusätzliche Unterlagen einzureichen.<sup>17</sup>

11. Am 23. Juni 2020 erhielt das Sekretariat den Hinweis, dass die HAG [mit den Yamaha-Partnern bezüglich der Yamaha-Partner-Befragung in Kontakt getreten sei. Darüber informierte das Sekretariat die HAG mit einem Schreiben vom 24. Juni 2020].<sup>18</sup>

12. Mit Eingabe vom 26. Juni 2020 kam die HAG der Aufforderung des Sekretariats vom 15. Juni 2020, zusätzliche Unterlagen einzureichen (Rz 10) nach.<sup>19</sup> Die HAG nahm gleichentags auch zum Schreiben des Sekretariats vom 24. Juni 2020 Stellung [...].<sup>20</sup>

13. Am 9. September 2020 traf der letzte der 20 beantworteten Fragebögen beim Sekretariat ein.<sup>21</sup> Die Auswertung der Befragung bezieht sich auf die 20 retournierten Fragebögen, wobei zu beachten ist, dass nicht jeder der 20 Yamaha-Partner jede Frage beantwortet hat. Unbeantwortete Fragen und widersprüchliche Antworten bleiben bei der Auswertung unberücksichtigt. Das bedeutet, dass pro Frage als 100 % der Befragten nur diejenigen Befragten gelten, die die entsprechende Frage beantwortet haben.

---

<sup>9</sup> Act. 7.

<sup>10</sup> Act. 10.

<sup>11</sup> Act. 11.

<sup>12</sup> Act. 17, siehe insb. Beilage 11 (Umsatztable), S. 460 ff., Beilagen 1-4, Beilage 6, S. 113 ff.

<sup>13</sup> Act. 17, Antwort zu Frage 1, S. 1 f. Im Einzelnen führte die HAG dazu aus: «[...] Angesichts der gegenwärtigen [...] Gesundheitskrise und des daraus resultierenden Ausnahmezustands haben wir beschlossen, den Versand dieser neuen Verträge sowie dessen Anhänge zu verschieben. Die Verträge werden daher erst in den nächsten Wochen an die Yamaha-Vertretungen sowie an die Yamaha-Service-Stelle versendet. Der genaue Zeitpunkt wird festgelegt, sobald die Bedingungen für die Wiedereröffnung unserer Yamaha Partner klar definiert sind».

<sup>14</sup> 88 inkl. der HMAG und der HESS HAG, Gesellschaften der hostettler group, act. 10, Beilage 11.

<sup>15</sup> Act. 18-24.

<sup>16</sup> Act. 10, Beilage 11; act. 18-24.

<sup>17</sup> Act. 25.

<sup>18</sup> Act. 30.

<sup>19</sup> Act. 31.

<sup>20</sup> Act. 32.

<sup>21</sup> Act. 80.

14. Am 1. April 2021 liess das Sekretariat der HAG Ergänzungsfragen zukommen und forderte sie insbesondere auf, ihre aktuellen Verträge mit den Yamaha-Partnern einzureichen, sofern diese von den revidierten Verträgen des Jahres 2020 (Rz 8) abweichen.<sup>22</sup> Am 23. April 2021 beantwortete die HAG das Auskunftsbegehren und legte ihrer Antwort u. a. Preislisten des Jahres 2021 und revidierte Verträge mit den Yamaha-Partnern bei, die seit dem 1. Januar 2021 in Kraft seien (nachfolgend: revidierte Verträge 2021) und die sie ihren Yamaha-Partnern anstelle der revidierten Verträge des Jahres 2020 zugestellt habe.<sup>23</sup>

#### *Zweite Yamaha-Partner-Befragung und Austausch mit der HAG*

15. Am 9. September 2021 führte das Sekretariat eine zweite Befragung der oben genannten 20 Yamaha-Partner (Rz 9) zur Preispolitik (nachfolgend: Yamaha-Partner-Befragung zur Preispolitik) durch.<sup>24</sup>

16. Mit Schreiben vom 12. November 2021 lud das Sekretariat die HAG zu einer Besprechung ein, um der HAG das vorläufige Abklärungsergebnis zu präsentieren, Anregungen für Anpassungen ihrer Verträge bzw. ihres Vertriebssystems sowie Empfehlungen zu unterbreiten und der HAG die Möglichkeit zu geben, sich zur Angelegenheit zu äussern.<sup>25</sup>

17. Am 13. Dezember 2021 fand die entsprechende Besprechung zwischen dem Sekretariat und der HAG statt.<sup>26</sup> Mit Schreiben vom 15. Dezember 2021 liess das Sekretariat der HAG die Präsentation inkl. Anregungen (Rz 273) und Empfehlungen (Rz 272, dritter und letzter Spiegelstrich) zukommen und forderte die HAG auf, dem Sekretariat bis zum 31. Januar 2022 mitzuteilen, ob und wie die HAG die Anregungen des Sekretariats umsetzen wird.<sup>27</sup>

18. Am 19. Januar 2022 ging der letzte der 19 beantworteten Fragebögen der Yamaha-Partner-Befragung zur Preispolitik (Rz 15) beim Sekretariat ein.<sup>28</sup>

19. Mit Schreiben vom 26. Januar 2022 setzte die HAG das Sekretariat über ihre Vertreter in Kenntnis und ersuchte es um Fristerstreckung.<sup>29</sup> Mit Schreiben vom 27. Januar 2022 verlängerte das Sekretariat die Frist bis zum 2. März 2022.<sup>30</sup> Mit Schreiben vom 2. März 2022 antwortete die HAG auf das Schreiben des Sekretariats vom 15. Dezember 2021 (Rz 17) und teilte diesem mit, die Empfehlungen des Sekretariats zur Kenntnis zu nehmen sowie alle Anregungen bis auf eine umzusetzen, dies mit der Begründung, ihr Verhalten im betreffenden Punkt stelle keine unzulässige Wettbewerbsbeschränkung dar (Rz 261).<sup>31</sup>

### **A.3 Wesentliche Erkenntnisse der Vorabklärung**

20. Der festgestellte Sachverhalt beruht massgeblich auf der Beantwortung der HAG der fünf oben genannten Auskunftsbegehren (Rz 6, 7, 8, 10, 14) sowie der Auswertung der Yamaha-Partner-Befragungen (Rz 9, 13, 15, 18). Die folgenden Abschnitte informieren über die HAG und ihre relevanten Vertragsbeziehungen (A.3.1), den Vertrieb der Yamaha-Produkte (A.3.2) und legen dann die daraus resultierenden Erkenntnisse zu Parallel- und Direktimporten (A.3.3), der Belieferung spezifischer Kundengruppen (A.3.4) und der Preisgestaltung betreffend Motorräder und Roller (A.3.5) dar.

---

<sup>22</sup> Act. 82.

<sup>23</sup> Act. 83.

<sup>24</sup> Act. 84; act. 85.

<sup>25</sup> Act. 107.

<sup>26</sup> Act. 114.

<sup>27</sup> Act. 115.

<sup>28</sup> Act. 120.

<sup>29</sup> Act. 121.

<sup>30</sup> Act. 122.

<sup>31</sup> Act. 123, Rz 11.

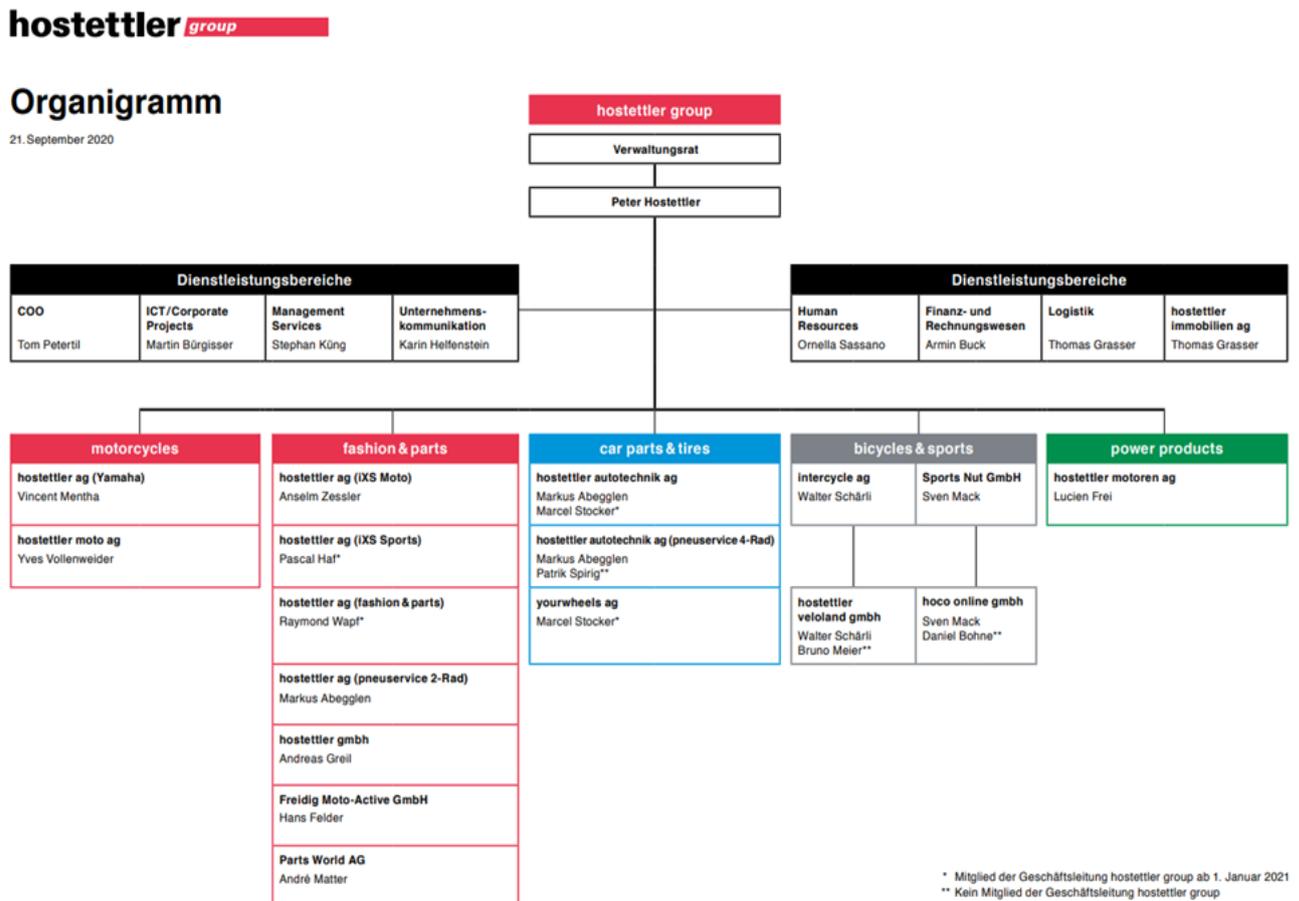
### A.3.1 Die HAG und ihre relevanten Vertragsbeziehungen

21. Die folgenden Abschnitte informieren über das angezeigte Unternehmen (HAG) (A.3.1.1) sowie über ihre Verträge mit der Herstellerin (Yamaha bzw. YMC und YME) (A.3.1.2) und mit ihren Vertriebs- und Servicepartnern (Yamaha-Partner) (A.3.1.3).

#### A.3.1.1 Informationen zum angezeigten Unternehmen (HAG)

22. Die HAG gehört zur **hostettler group** (siehe auch nachstehendes Organigramm), die in organisatorischer Hinsicht einen Konzern darstellen dürfte.<sup>32</sup>

Abbildung 1: Organigramm der hostettler group



23. Die HAG bezweckt die Entwicklung, die Herstellung, den Import, das Marketing, den Vertrieb und den Export von Fahrzeugen, Fahrzeugausstattung aller Art inklusive Ersatzteilen und Fahrerausstattung aller Art inklusive Bekleidung sowie den Betrieb von Werkstätten.<sup>33</sup> Gemäss eigenen Angaben ist sie Generalimporteurin der Yamaha-Produkte für die Schweiz.<sup>34</sup>

24. Die HAG verkaufe abgesehen von technisch modifizierten Fahrzeugen (Motorräder und Roller) keine Produkte direkt an Endkundinnen und Endkunden. Zwei weitere Gesellschaften

<sup>32</sup> Die Geschäftsleitung der HAG und hostettler moto ag (HMAG) erfolgt durch unterschiedliche Personen (act. 10, Beilage 11, S. 107-108). Beide Gesellschaften haben denselben Verwaltungsratspräsidenten (vgl. Handelsregisterauszüge der beiden Gesellschaften). Die Geschäftsleiter der HAG und der HMAG sind gemäss Organigramm auch Mitglieder der Geschäftsleitung der hostettler group.

<sup>33</sup> Vgl. <<https://lu.chregister.ch/cr-portal/auszug/auszug.xhtml?uid=CHE-107.273.864>>.

<sup>34</sup> Act. 6, S. 1.

der hostettler group seien bis Anfang 2020 als Yamaha-Vertriebspartnerinnen tätig gewesen.<sup>35</sup> Anfang 2020 erfolgte ein Zusammenschluss dieser zwei Gesellschaften, sodass seitdem nur noch eine weitere Gesellschaft der hostettler group als Yamaha Vertriebspartnerin fungiere.<sup>36</sup>

25. Im Einzelnen gehören zu den Vertriebspartnerinnen einerseits die hess hostettler ag (nachfolgend: HESS HAG), welche absatzseitig auf der Endkundenstufe tätig gewesen sei<sup>37</sup> und andererseits die hostettler retail ag (nachfolgend: HRAG), umfirmiert anfangs Mai 2020 in die hostettler moto ag<sup>38</sup> (nachfolgend: HMAG). In Bezug auf die Vertriebskette scheint die HMAG absatzseitig nur auf der Endkundenstufe tätig zu sein. Sowohl die HESS HAG als auch die HRAG bzw. HMAG seien Unternehmen innerhalb der hostettler group, keine Tochtergesellschaften der HAG und hätten die gleichen Vertriebsverträge wie alle anderen Vertriebspartnerinnen gehabt.<sup>39</sup>

26. Zwischen der HAG und der HESS HAG sowie der HAG und der HMAG (und deren fünf Niederlassungen) bestehen jeweils Kommissionsverträge.<sup>40</sup> Gemäss den Angaben der HAG zur Anzahl verkaufter Fahrzeuge wurden in den Jahren 2016–2018 keine Fahrzeuge als Kommissionsgeschäft verkauft<sup>41</sup> (vgl. nachfolgende Tabelle, die auch die durch die HAG direkt an Behörden oder Handelsbetriebe verkauften technisch modifizierten Fahrzeuge angibt).

#### **Tabelle 1: Anzahl verkaufter Yamaha-Fahrzeuge in der Schweiz in den Jahren 2016–2018 [...]**

27. Der Gesamtumsatz der HESS HAG, den sie mit dem Vertrieb von Yamaha-Produkten auf Endkundenstufe in der Schweiz erzielte, betrug im Jahr 2018 CHF [...].<sup>42</sup> Der Gesamtumsatz der HRAG bzw. HMAG, den sie mit dem Vertrieb von Yamaha-Produkten an Endkundinnen und Endkunden in der Schweiz erzielte, betrug im Jahr 2018 CHF [...].<sup>43</sup>

28. Der **Gesamtumsatz der HAG mit Yamaha-Produkten** in der Schweiz betrug im Jahr 2018 (in CHF, abzüglich Erlösminderungen wie Skonti und Rabatte, Mehrwertsteuern und andere unmittelbar auf den Umsatz bezogene Steuern) rund CHF [...] (inkl. Umsätze der HRAG bzw. HMAG und der HESS HAG).<sup>44</sup> Der Umsatz, den die **HAG auf Endkundenstufe** mit dem Vertrieb von technisch modifizierten Fahrzeugen an Behörden/Handelsbetriebe in der Schweiz im Jahr 2018 erzielte, betrug rund CHF [...].<sup>45</sup>

#### **A.3.1.2 Verträge der HAG mit der Herstellerin (Yamaha bzw. YMC und YME)**

29. Im Januar 2017 habe die HAG mit Yamaha Motor Europe N.V., Holland (nachfolgend: YME) und Yamaha Motor Co. Ltd, Japan (nachfolgend: YMC) Vertriebsverträge abgeschlossen, welche folgende Klauseln zum Vertragsgegenstand enthalten:

---

<sup>35</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 3; act. 17, Antwort zu Frage 5, S. 2-3.

<sup>36</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 2, Beilage 11. Anfang Januar 2020 ging die hess hostettler ag infolge Fusion auf die hostettler retail ag (bzw. hostettler moto ag) über (siehe SHAB, [hess hostettler ag](#) [17.6.2020]).

<sup>37</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 38, Beilage 11.

<sup>38</sup> Siehe SHAB, [hostettler moto ag](#) (17.6.2020).

<sup>39</sup> Act. 17, Antwort zu Frage 5, S. 2-3; act. 10, Antwort zu Frage 2 und 3.

<sup>40</sup> Act. 17, Beilagen 9 und 10.

<sup>41</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 3, S. 5.

<sup>42</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 2, Beilage 11.

<sup>43</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 2, Beilage 11.

<sup>44</sup> Act. 83, Beilage 9, S. 248.

<sup>45</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 2, Beilage 11.

**Tabelle 2: Verträge der HAG mit der Herstellerin (YMC und YME) [...] <sup>46</sup> [...] <sup>47</sup> [...] <sup>48</sup> [...] <sup>49</sup>**

30. Das Vertriebssystem von Yamaha-Produkten in Europa und in der Schweiz ist gemäss der HAG grundsätzlich vergleichbar.<sup>50</sup> Der Generalimport in anderen europäischen Ländern erfolge meistens durch YME, welche im Gegensatz zur HAG, von YMC abhängig sei.<sup>51</sup>

**A.3.1.3 Verträge der HAG mit ihren Vertriebs- und Servicepartnern (Yamaha-Partner)**

31. Die HAG verkaufe grundsätzlich keine Produkte direkt an Endkundinnen und Endkunden und verfüge daher auch nicht über eigene Verkaufsstellen.<sup>52</sup> Der Verkauf an Endkundinnen und Endkunden erfolge grundsätzlich durch die **Yamaha-Partner**.<sup>53</sup> Die Yamaha-Partner gliedern sich in Yamaha-Vertretungen und Yamaha-Service-Stellen. Die **Yamaha-Vertretungen** sind «*ausgewählte Motorradhändler*», die den Verkauf der von HAG in die Schweiz importierten Yamaha-Produkte an die Endkundinnen und Endkunden sowie die damit zusammenhängenden Reparatur-, Wartungs- und Garantiedienstleistungen übernehmen.<sup>54</sup> Die **Yamaha-Service-Stellen** sind «*ausgewählte Werkstätten*», die Reparatur-, Wartungs- und Garantieleistungen erbringen.<sup>55</sup> Nachfolgende Ausführungen berücksichtigen die Verträge 2017/2018 und die revidierten Verträge 2021.

32. Nach Angaben der HAG umfassen die Verträge zwischen der HAG und den **Yamaha-Vertretungen** einen Rahmenvertrag, eine Liefervereinbarung sowie allenfalls einen Kommissionsvertrag.<sup>56</sup> Die HAG habe den gleichen Rahmenvertrag und die gleiche Liefervereinbarung mit allen Yamaha-Vertretungen abgeschlossen.<sup>57</sup> Die HAG habe nicht mit allen Yamaha-Vertretungen Kommissionsverträge abgeschlossen, sondern mit der HESS HAG sowie der HMAG (und deren fünf Niederlassungen).<sup>58</sup> Zwischen dem Jahr 2017 und dem 1. Januar 2021, seien dementsprechend nachstehende Verträge zwischen der HAG und den Yamaha-Vertretungen in Kraft gewesen:

**Tabelle 3: Verträge der HAG mit ihren Yamaha-Vertretungen**

Dokument	Gegenstand und Zweck
<b>Rahmenvertrag [2017]<sup>59</sup></b>	«Verkauf [durch die Yamaha-Vertretung der von HAG importierten] YAMAHA-Produkte an die Endkunden sowie die damit zusammenhängenden Reparatur-, Wartungs- und Garantiedienstleistungen sollen durch <u>ausgewählte Motorradhändler</u> , genannt YAMAHA-Vertretungen, erfolgen.» <sup>60</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)

<sup>46</sup> [...].

<sup>47</sup> [...].

<sup>48</sup> [...].

<sup>49</sup> [...].

<sup>50</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 12, S. 7.

<sup>51</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 12, S. 7.

<sup>52</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 2, S. 3.

<sup>53</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 2 und 12.

<sup>54</sup> Act. 6, S. 1.

<sup>55</sup> Act. 6, S. 1.

<sup>56</sup> Act. 6, S. 1.

<sup>57</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 2, S. 3.

<sup>58</sup> Act. 17, Beilagen 9 und 10, S. 137-188, resp. S. 189-459.

<sup>59</sup> Zeitliche Angaben: «*Der vorliegende Vertrag tritt mit beidseitiger Unterzeichnung durch die Parteien in Kraft und wird auf unbestimmte Zeit abgeschlossen. Mit Inkrafttreten dieses Vertrages werden alle früheren Vereinbarungen der Parteien über die in diesem Vertrag geregelten Geschäftsbeziehungen aufgehoben*» (Ziff. 7.1), act. 6, S. 11. Der Vertrag ist vom 27.9.2017 datiert (S. 13).

<sup>60</sup> Act. 6, Beilage 1, Vorwort, S. 7.

Dokument	Gegenstand und Zweck
	«Die Lieferantin [HAG] ernennt die im Ingress bezeichnete Firma zur YAMAHA-Vertretung für die in Ziffer 2 hiernach genannten Vertragsgegenstände» (Ziff. 1, Satz 1). <sup>61</sup>  Vertragsgegenstände sind einerseits Vertragsprodukte (YAMAHA-Fahrzeuge: Roller, Motorräder, Wettbewerbsfahrzeuge, Elektrofahrzeuge, YAMAHA-Originalersatzteile, YAMAHA-Zubehör, YAMAHA-Bekleidung) und andererseits Dienstleistungen (Marktbearbeitung, Beratung und Verkauf der Vertragsprodukte, Reparatur-, Wartungs- und Garantieleistungen) (Ziff. 2). <sup>62</sup>
<b>Liefervereinbarung 2018</b> <sup>63</sup>	Die individuelle Liefervereinbarung regelt den Verkauf, die Lieferung, sowie die Garantie und den Service im Zusammenhang mit den im Rahmenvertrag definierten Vertragsgegenständen. <sup>64</sup>
<b>Kommissionsvertrag [2019]</b> <sup>65</sup>	«Die Lieferantin liefert der YAMAHA-Vertretung Motorräder und Roller der Marke YAMAHA in Kommission» (Art. 1); «Die YAMAHA-Vertretung wird ermächtigt, die Kommissionsfahrzeuge zu verkaufen» (Art. 7, Satz 1). <sup>66</sup>

33. Nach Angaben der HAG, schloss sie mit den **Yamaha-Service-Stellen** einen Rahmenvertrag und eine Liefervereinbarung.<sup>67</sup> Die HAG habe den gleichen Rahmenvertrag und die gleiche Liefervereinbarung mit allen Yamaha-Service-Stellen abgeschlossen.<sup>68</sup> Zwischen dem Jahr 2018 und dem 1. Januar 2021 seien dementsprechend nachstehende Verträge zwischen der HAG und den Yamaha-Service-Stellen in Kraft gewesen:

**Tabelle 4: Verträge der HAG mit ihren Yamaha-Service-Stellen**

Dokument	Gegenstand und Zweck
<b>Rahmenvertrag [2018], Service-Stelle-Vertrag</b> <sup>69</sup>	«Im Interesse des guten Rufes dieser Produkte, deren Verkehrs- und Betriebssicherheit sowie aufgrund berechtigter Kundenerwartungen werden Reparatur-, Wartungs- und Garantiedienstleistungen durch <u>ausgewählte Werkstätten</u> , genannt YAMAHA Service-Stellen, erbracht.» <sup>70</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)  «Die Lieferantin [HAG] ernennt die im Ingress bezeichnete Firma zur YAMAHA Service-Stelle für die in Ziffer 2 hiernach genannten Vertragsgegenstände» (Ziff. 1, Satz 1). <sup>71</sup>  Vertragsgegenstände sind einerseits Vertragsprodukte (YAMAHA-Fahrzeuge: Roller, Motorräder, Wettbewerbsfahrzeuge, Elektrofahrzeuge, YAMAHA-Originalersatzteile, YAMAHA-Zubehör, YAMAHA-Bekleidung) und andererseits Dienstleistungen (Beratung und Verkauf der Vertragsprodukte, Reparatur-, Wartungs- und Garantiarbeiten) (Ziff. 2). <sup>72</sup>

<sup>61</sup> Act. 6, Beilage 1, S. 8.

<sup>62</sup> Act. 6, Beilage 1, S. 8.

<sup>63</sup> Zeitliche Angaben: «Diese Liefervereinbarung tritt mit beidseitiger Unterzeichnung des Alleinvertrags durch die Parteien in Kraft und gilt bis zum Abschluss einer neuen Liefervereinbarung» (Ziff. 1.1), act. 6, S. 17. Der Vertrag scheint vom 17.2.2019 datiert (S. 31).

<sup>64</sup> Act. 6, S. 15-16.

<sup>65</sup> Zeitliche Angaben: «Dieser Kommissionsvertrag ist Gültig ab Vertragsunterschrift und läuft per 31. Dezember 2019 aus» (Art. 14), act. 6, S. 34. Der Vertrag scheint vom 15.2.2019 datiert (S. 34).

<sup>66</sup> Act. 6, S. 32, resp. 33. Art. 6 des Kommissionsvertrags legt ausserdem die Berechnungsgrundlage für die Verkaufsprovision der Yamaha-Vertretung fest (S. 33).

<sup>67</sup> Act. 6, S. 1.

<sup>68</sup> Act. 6, S. 1.

<sup>69</sup> Zeitliche Angaben: «Der vorliegende Vertrag tritt mit beidseitiger Unterzeichnung durch die Parteien in Kraft und wird auf unbestimmte Zeit abgeschlossen. Mit Inkrafttreten dieses Vertrages werden alle früheren Vereinbarungen der Parteien über die in diesem Vertrag geregelten Geschäftsbeziehungen aufgehoben» (Ziff. 6.1), act. 6, S. 40. Der Vertrag scheint vom 16.8.2018 datiert (S. 36 ff.).

<sup>70</sup> Act. 6, Beilage 2, Vorwort, S. 36.

<sup>71</sup> Act. 6, Beilage 2, S. 37.

<sup>72</sup> Act. 6, Beilage 2, S. 37.

Dokument	Gegenstand und Zweck
<b>Liefervereinbarung 2018<sup>73</sup></b>	Die individuelle Liefervereinbarung regelt den Verkauf, die Lieferung, sowie die Garantie und den Service im Zusammenhang mit den im Rahmenvertrag definierten Vertragsgegenständen. <sup>74</sup>

34. Die HAG legte revidierte Verträge mit ihren Yamaha-Partnern vor, die seit dem 1. Januar 2021 in Kraft seien. Es handelt sich dabei um dieselben Vertragstypen mit identischem Vertragsgegenstand.

### A.3.2 Vertrieb der Yamaha-Produkte

35. Mit dem Distributor Agreement der HAG mit YME ernannte YME die HAG zu ihrer alleinigen Selektivvertreiberin für das Gebiet Schweiz und Liechtenstein (Rz 29).

36. Gemäss dem Vorwort aller Rahmenverträge der HAG mit ihren Yamaha-Partnern sollen der Verkauf der Yamaha-Produkte an die Endkunden und die damit zusammenhängenden Reparatur-, Wartungs- und Garantiedienstleistungen durch ausgewählte Motorradhändler bzw. ausgewählte Werkstätten erfolgen.<sup>75</sup> Die HAG ist gemäss allen Rahmenverträgen verpflichtet, die Vertragsprodukte nur an die Yamaha-Partner zu verkaufen.<sup>76</sup> Wie weiter unten noch dargelegt wird, sehen die Vertriebsverträge vor, dass die Yamaha-Partner Vertragsprodukte an Endkundinnen und Endkunden verkaufen und dass bestimmte Yamaha-Vertretungen Produkte an bestimmte ihnen zugewiesene Yamaha-Service-Stellen verkaufen (Rz 41, 44).

37. Basierend auf den vorgenannten Verträgen, lässt sich der Vertrieb der Yamaha-Fahrzeuge schematisch folgendermassen darstellen:

---

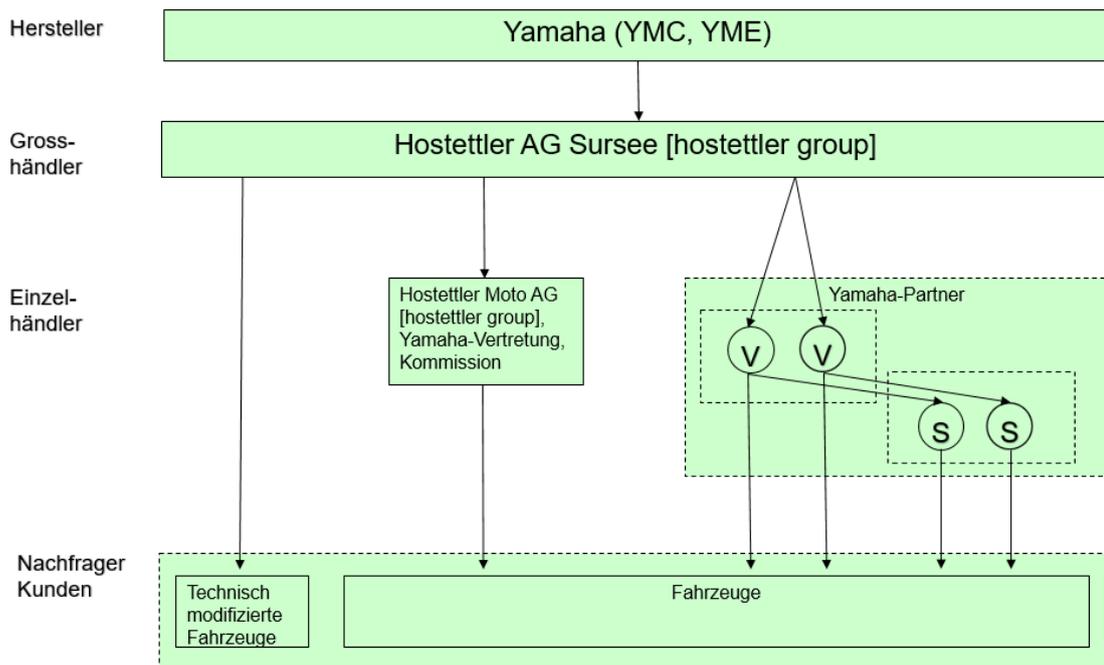
<sup>73</sup> Zeitliche Angaben: «Diese Liefervereinbarung tritt mit beidseitiger Unterzeichnung des Alleinvertriebsvertrags durch die Parteien in Kraft und gilt bis zum Abschluss einer neuen Liefervereinbarung» (Ziff. 1.1), act. 6, S. 43 ff. Der Vertrag ist nicht datiert. Aus Ziff. 2.3 geht lediglich hervor, dass die Yamaha-Service-Stellen ab dem 1.1.2018 berechtigt sind, bestimmte Fahrzeugkategorien direkt über die HAG zu beziehen (S. 47).

<sup>74</sup> Act. 6, S. 44-45.

<sup>75</sup> Act. 17, Beilage 1 und 3, Vorwort; act. 6, S. 1.

<sup>76</sup> Act. 6, Beilagen 1 und 2, 1, Ziff. 3.1, S. 8 resp. 37; act. 83, Beilagen 1 und 3, Ziff. 3.1.

**Abbildung 2: Vertrieb der Yamaha-Fahrzeuge**



V: Yamaha-Vertretung

S: Yamaha-Service-Stelle

Quelle: Darstellung des Sekretariats.

38. Die nachfolgenden Ausführungen berücksichtigen die möglicherweise wettbewerbsrechtlich problematischen Elemente der Verträge 2017/2018 und der revidierten Verträge 2021.

### A.3.3 Parallel- und Direktimporte

39. Von Parallelimport wird gesprochen, wenn Händler Produkte im Ausland erwerben und ausserhalb der vom Hersteller vorgesehenen Vertriebskanäle in die Schweiz einführen.<sup>77</sup> Von Direktimport wird gesprochen, wenn Endkundinnen und Endkunden Produkte im Ausland erwerben und ausserhalb der vom Hersteller vorgesehenen Vertriebskanäle in die Schweiz einführen.<sup>78</sup>

40. Die folgenden Abschnitte legen die Bestimmungen der Verträge 2017/2018 und der revidierten Verträge 2021 dar, die Parallel- und Direktimportmöglichkeiten beschränken könnten, namentlich Alleinbezugsverpflichtungen der Yamaha-Partner (A.3.3.1) und Garantiebeschränkungen der HAG (A.3.3.2) und fassen die diesbezüglichen Erkenntnisse zusammen (A.3.3.3).

#### A.3.3.1 Alleinbezugsverpflichtung der Yamaha-Partner

41. Sowohl die Verträge 2017/2018 als auch die revidierten Verträge 2021 enthalten **Alleinbezugsverpflichtungen der Yamaha-Partner**, die im Folgenden gegenübergestellt werden. Die nachfolgende Tabelle stellt die ursprünglichen und revidierten Alleinbezugsklauseln der Rahmenverträge zwischen der HAG und den Yamaha-Vertretungen gegenüber:

<sup>77</sup> Vgl. Fn 23 Erläuterungen zur VertBek.

<sup>78</sup> Vgl. Fn 23 Erläuterungen zur VertBek.

**Tabelle 5: Alleinbezugs klauseln der Rahmenverträge der HAG mit den Yamaha-Vertretungen**

2017 Rahmenvertrag Yamaha-Vertretung	2021 Rahmenvertrag Yamaha-Vertretung
<p>«4.1 <b>Alleinbezugsverpflichtung</b></p> <p>Die YAMAHA-Vertretung <b>verpflichtet sich, Vertragsprodukte</b> zwecks Weiterverkaufs an Endkunden <b>nur von der Lieferantin zu beziehen</b>. Sie übernimmt den Vertrieb und Verkauf der Vertragsprodukte in eigenem Namen und auf eigene Rechnung. Es gelten die Bestimmungen der individuellen Liefervereinbarung (Anhang 1).»<sup>79</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p> <p>«5. YAMAHA Service-Stellen [...]</p> <p>Die YAMAHA Service-Stellen haben sich gegenüber der Lieferantin zu verpflichten, diese Produkte ausschliesslich von der im Ingress bezeichneten YAMAHA-Vertretung zu beziehen.»<sup>80</sup></p>	<p>«4.1. Verkauf der Vertragsprodukte</p> <p>Die Yamaha Vertretung <b>bezieht die Vertragsprodukte</b> zwecks Weiterverkaufs an Endkunden <b>von der Lieferantin</b>. Die Yamaha-Vertretung übernimmt den Vertrieb und Verkauf der Vertragsprodukte in eigenem Namen und auf eigene Rechnung. Es gelten die Bestimmungen der individuellen Liefervereinbarung (Anhang 1).»<sup>81</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p> <p>«5. Yamaha Service-Stellen [...]</p> <p>Die Verknüpfung der Yamaha Service-Stelle mit einer Yamaha Vertretung erfolgt in Absprache mit der jeweiligen Yamaha Service-Stelle, der jeweiligen Yamaha Vertretung und der Lieferantin. Eine Änderung der Verknüpfung ist durch die Lieferantin jederzeit möglich.»<sup>82</sup></p>

42. Nach Ziff. 4.1 des Rahmenvertrages 2017 waren die Yamaha-Vertretungen verpflichtet, Vertragsprodukte (Fahrzeuge, Ersatzteile, Zubehör und Bekleidung der Marke Yamaha) zwecks Weiterverkaufs an Endkunden *nur* von der Lieferantin (der HAG) zu beziehen. Ziff. 4.1, Satz 1 des revidierten Rahmenvertrages 2021 sieht vor, dass die Yamaha-Vertretung die Vertragsprodukte zwecks Weiterverkaufs an Endkunden von der Lieferantin (der HAG) bezieht.

43. Ziff. 5 des Rahmenvertrages 2017 Yamaha-Vertretung enthält eine Bestimmung, wonach sich die Yamaha-Service-Stellen gegenüber der Lieferantin (d. h. der HAG) zu verpflichten haben, die Vertragsprodukte ausschliesslich bei der ihnen zugewiesenen Yamaha-Vertretung zu beziehen. Ziff. 5 des revidierten Rahmenvertrages 2021 Yamaha-Vertretung enthält keine solche Bestimmung mehr. Es ist zudem festgehalten, dass die HAG die Verknüpfung der Yamaha-Service-Stelle mit der Yamaha-Vertretung jederzeit ändern kann.

44. Die nachfolgende Tabelle stellt die ursprünglichen und revidierten Alleinbezugs klauseln in den Rahmenverträgen der Yamaha-Service-Stellen gegenüber:

<sup>79</sup> Act. 6, Beilage 1 (Rahmenvertrag 2017 Yamaha-Vertretung), Ziff. 4.1, S. 9.

<sup>80</sup> Act. 6, Beilage 1 (Rahmenvertrag 2017 Yamaha-Vertretung), Ziff. 5, zweiter Absatz, S. 11.

<sup>81</sup> Act. 83, Beilage 1 (Revidierter Rahmenvertrag 2021 Yamaha-Vertretung), Ziff. 4.1, S. 9.

<sup>82</sup> Act. 83, Beilage 1 (Revidierter Rahmenvertrag 2021 Yamaha-Vertretung), Ziff. 5, S. 11.

**Tabelle 6: Alleinbezugs klauseln der Rahmenverträge der HAG mit den Yamaha-Service-Stellen**

2018 Rahmenvertrag Yamaha-Service-Stelle	2021 Rahmenvertrag Yamaha-Service-Stelle
<p>«4.1 <b>Alleinbezugsverpflichtung</b></p> <p>Die YAMAHA Service-Stelle <b>verpflichtet sich, Vertragsprodukte nur von</b> der Lieferantin und insbesondere YAMAHA-Fahrzeuge nur von [geschwärzt] <b>zu beziehen</b>. Sie übernimmt den Vertrieb und Verkauf der Vertragsprodukte in eigenem Namen und auf eigene Rechnung. Es gelten die Bestimmungen der individuellen Liefervereinbarung (Anhang 1).»<sup>83</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p> <p>«4.4 Verkauf von YAMAHA-Fahrzeugen</p> <p>Die YAMAHA Service-Stelle ist berechtigt, laut den Bestimmungen der individuellen Liefervereinbarung (Anhang 1) und gemäss vorstehender Ziffer 2, YAMAHA-Fahrzeuge, welche sie <b>bei</b> [geschwärzt] <b>zu beziehen hat</b>, direkt an ihre Kunden zu verkaufen.»<sup>84</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p>	<p>«4.1 <b>Alleinbezugsverpflichtung</b></p> <p>[...] <b>Die Yamaha Service-Stelle verpflichtet sich, Vertragsprodukte</b> zwecks Weiterverkaufs an Endkunden <b>nur von «Vertretung»</b> in «PLZ_YV» «Ort_YV» zu beziehen. Sie übernimmt den Vertrieb und Verkauf der Vertragsprodukte in eigenem Namen und auf eigene Rechnung. Es gelten die Bestimmungen der individuellen Liefervereinbarung (Anhang 1).</p> <p>Die Verknüpfung der Yamaha Service-Stelle mit einer Yamaha Vertretung erfolgt in Absprache mit der jeweiligen Yamaha Service-Stelle, der jeweiligen Yamaha Vertretung und der Lieferantin. Eine Änderung der Verknüpfung ist in Absprache mit der Lieferantin jederzeit möglich.»<sup>85</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p>

45. Die Yamaha-Service-Stellen waren nach dem Rahmenvertrag 2018 verpflichtet, Vertragsprodukte *nur* von der Lieferantin (der HAG) und insbesondere Yamaha-Fahrzeuge *nur* von den ihnen zugewiesenen Yamaha-Vertretungen zu beziehen. Ziff. 4.1 des revidierten Rahmenvertrages 2021 sieht ebenfalls vor, dass die Yamaha-Service-Stelle die Vertragsprodukte zwecks Weiterverkaufs an Endkunden *nur* von einer bestimmten Yamaha-Vertretung bezieht.

46. Die Bestimmungen zu Fahrzeugbestellungen der Liefervereinbarungen zwischen der HAG und den Yamaha-Service-Stellen enthalten nachfolgende Alleinbezugs klauseln:

**Tabelle 7: Alleinbezugs klauseln der Liefervereinbarungen der HAG mit den Yamaha-Service-Stellen**

2018 Liefervereinbarung Yamaha-Service-Stelle	2021 Liefervereinbarung Yamaha-Service-Stelle
<p>«2.9 Fahrzeugbestellungen</p> <p>Die YAMAHA Service-Stelle ist berechtigt, YAMAHA-<b>Fahrzeuge</b> direkt an ihre Kunden zu verkaufen. Jedoch <b>müssen</b> diese <b>über</b> die, von der Lieferantin <b>zugeteilte YAMAHA-Vertretung bezogen werden</b> (Ausnahme § Art. 2.3). [...]»<sup>86</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p>	<p>«2.9 Bestellungen</p> <p>Die Yamaha Service-Stelle ist berechtigt, Yamaha <b>Fahrzeuge und Geräte</b> direkt an ihre Kunden zu verkaufen. Der <b>Bezug</b> dieser Produkte <b>erfolgt dabei über die der Yamaha Service-Stelle zugewiesenen Yamaha Vertretung</b> (vgl. Ziff. 4.1 des Rahmenvertrages). Ausgenommen hiervon ist der direkte Bezug der in Ziff. 2.3 dieser Vereinbarung genannten Produkte bei der Lieferantin. [...]»<sup>87</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p>

47. Demgegenüber sprechen Bestimmungen sowohl der ursprünglichen als auch der revidierten Liefervereinbarungen der Yamaha-Partner dafür, dass **Parallelimporte vorgesehen** sind. Diese führen die Preise von Dienstleistungen der HAG auf, wobei unter anderem die

<sup>83</sup> Act. 6, Beilage 2 (Rahmenvertrag 2018 Yamaha Service-Stelle), Ziff. 4.1, S. 38.

<sup>84</sup> Act. 6, Beilage 2 (Rahmenvertrag 2018 Yamaha Service-Stelle), Ziff. 4.4, S. 39.

<sup>85</sup> Act. 83, Beilage 2 (Revidierter Rahmenvertrag 2021 Yamaha Service-Stelle), Ziff. 4.1, S. 53.

<sup>86</sup> Act. 6, Beilage 2 (Liefervereinbarung 2018 Yamaha Service Stelle), Ziff. 2.9, S. 48.

<sup>87</sup> Act. 83, Beilage 2, Ziff. 2.9, S. 63.

«EG-Übereinstimmungsbescheinigung – COC (Parallelimport)» und die «Bestätigung für Yamaha-Fahrzeuge 25/35 kW/full power (Parallelimport)» aufgeführt sind.<sup>88</sup>

48. Zudem sprechen Ziff. 2.7 resp. Ziff. 2.6 sowohl der ursprünglichen als auch der revidierten Liefervereinbarungen der Yamaha-Partner dafür, dass **Querlieferungen vorgesehen** sind, indem sie festhalten: «Der Weiterverkauf von bereits fakturierten Fahrzeugen an einen anderen Yamaha Vertreter wird nicht mehr durch die Lieferantin abgewickelt, sondern direkt zwischen den betroffenen Händlern. [...]».<sup>89</sup>

49. Ziff. 2.13, sowohl der ursprünglichen als auch der revidierten Liefervereinbarung Yamaha-Vertretung enthält eine Pflicht der Yamaha-Vertretungen, eine **Mindestmenge** von zehn Fahrzeugen im Rahmen einer sog. Winterbestellung bei der HAG zu bestellen:

«Die Winterbestellung ist strikt verbindlich und wird vom YAMAHA Verkaufsleiter sowie der Buchhaltung genehmigt und bestätigt. Wir behalten uns das Recht vor, bei überfälligen Debitorensalden die Winterbestellung abzulehnen. [...]»

Mindestbestellung: 10 Fahrzeuge.»<sup>90</sup>

#### **A.3.3.1.1 Stellungnahme der HAG zur Alleinbezugsverpflichtung ihrer Yamaha-Partner**

50. Die HAG führt aus, dass mit der **Alleinbezugsverpflichtung** sowie der Verpflichtung der HAG, die Yamaha-Produkte nur an die Yamaha-Partner zu liefern (vgl. Rz 99) das Ziel verfolgt werden solle, die Yamaha-Produkte mit Sorgfalt, Leidenschaft und Qualität an die Kundinnen und Kunden zu verkaufen.<sup>91</sup> Es sollen die damit zusammenhängenden Reparatur-, Wartungs- und Garantieleistungen sichergestellt werden.<sup>92</sup> Die Vertragspartner dürften Yamaha-Produkte parallel importieren.<sup>93</sup>

51. Zur Verpflichtung der Yamaha-Service-Stellen, Vertragsprodukte nur von der Lieferantin (d. h. von der HAG) und insbesondere Yamaha-Fahrzeuge nur von den ihnen zugewiesenen Yamaha-Vertretungen zu beziehen, hält die HAG fest, dass die Verknüpfung der Yamaha-Service-Stelle mit einer Yamaha-Vertretung in Absprache mit der jeweiligen Service-Stelle, der jeweiligen Vertretung und der HAG erfolge.<sup>94</sup> Die Yamaha-Service-Stelle habe freie Partnerwahl.<sup>95</sup> Diese könne auch jederzeit in Absprache mit der HAG geändert werden.<sup>96</sup> Mit dieser Verknüpfung soll die Qualität gesichert und der Know-how-Transfer gewährleistet werden und somit sollen keine Doppelspurigkeiten und Missverständnisse entstehen.<sup>97</sup>

---

<sup>88</sup> Act. 6, Beilagen 1–2, Ziff. 4.21, S. 30 bzw. 58; act. 83, Beilagen 2 und 4, Ziff. 4.19, S. 30 bzw. 73.

<sup>89</sup> Act. 6, Beilagen 2 und 4, Ziff. 2.7 bzw. 2.6, S. 18 bzw. 47; act. 83, Beilagen 2 und 4, Ziff. 2.7 bzw. 2.6, S. 18 bzw. 62.

<sup>90</sup> Act. 6, S. 19; act. 83, S. 19. Die Klauseln sind bis auf den Satz «Die Winterbestellung dient grundsätzlich zur Erweiterung Ihrer Ausstellungs-Modelle», der nur in der Version von 2018 enthalten ist, identisch.

<sup>91</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 11 und 16, S. 8 resp. 10.

<sup>92</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 11 und 16, S. 8 resp. 10.

<sup>93</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 11 und 16, S. 9 resp. 10.

<sup>94</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 17, S. 11.

<sup>95</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 17 und 18, S. 11.

<sup>96</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 17 und 18, S. 11.

<sup>97</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 17 und 18, S. 11.

52. Die HAG führt aus, dass es zu keiner Zeit ihr Ziel gewesen sei, mit ihren Vertriebspartnern einen unzulässigen Gebietsschutz zu installieren.<sup>98</sup> Es sei nicht ihre Absicht, Passivverkäufe<sup>99</sup> durch ausländische Händler zu unterbinden oder Parallel- oder Direktimporte in unzulässiger Weise einzuschränken und die Verträge hätten dies auch nicht getan.<sup>100</sup> Für Anmerkungen der WEKO sei die HAG offen und sie würde problematische Klauseln in den Verträgen anpassen.<sup>101</sup> Die HAG würde **Querlieferungen** unter den zugelassenen Händlern durch ihr EDV-System sogar fördern, weil damit die Fahrzeuge unkompliziert untereinander ausgetauscht werden könnten (sog. Marketplace).<sup>102</sup>

53. **Parallel- und Direktimporte von Fahrzeugen** aus der Europäischen Gemeinschaft in die Schweiz seien wegen der Konformitätsbescheinigung möglich.<sup>103</sup> Es gebe keine Hindernisse für Fahrzeugimporte.<sup>104</sup> Die Anzahl parallel- und direktimportierter Fahrzeuge 2018 betrug gemäss der HAG total 112 Fahrzeuge, d. h. ca. 0,6 % aller Fahrzeuge.<sup>105</sup> Diese niedrige Anzahl lasse sich mit den attraktiven Preisen, dem flächendeckenden Händlernetz und der sehr hohen Servicequalität erklären.<sup>106</sup> Zu den Zahlen der anderen Produkte (Accessoires, Bekleidung, Ersatzteile, etc.) könne die HAG keine Angaben machen.<sup>107</sup>

54. Auf die Frage, ob parallelimportierte und innerhalb der Schweiz zwischen Yamaha-Partnern querbezogene Yamaha-Produkte bei der Beurteilung der Umsatzziele der Yamaha-Vertretungen gemäss Ziff. 2.14 der Liefervereinbarung 2018<sup>108</sup> berücksichtigt werden, antwortete die HAG, dass parallelimportierte Fahrzeuge bei der Beurteilung der Erreichung der Umsatzziele nicht berücksichtigt würden. Relevant seien ausschliesslich Bezüge bei der HAG.<sup>109</sup> Querbezogene Produkte zwischen Yamaha-Partnern würden bei demjenigen Yamaha-Partner berücksichtigt, der diese Produkte bei der HAG bezogen hätte.<sup>110</sup>

55. Da eine **Mindestbestellmenge** sich wie eine Alleinbezugsverpflichtung auswirken kann, hat das Sekretariat die HAG zur Stellungnahme zu Ziff. 2.13 Liefervereinbarung 2018 Yamaha-Vertretung (Rz 49) aufgefordert. Die HAG hält dazu fest, dass sie für die Winterbestellung besondere Zahlungsbedingungen gewähre.<sup>111</sup> Da es sich um ein Sonderangebot handle, habe die HAG die Anzahl der zu bestellenden Fahrzeuge auf mindestens zehn Fahrzeuge festgelegt.<sup>112</sup> Diese Winterbestellung sei allerdings nicht obligatorisch.<sup>113</sup>

---

<sup>98</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 11, S. 8.

<sup>99</sup> Ziff. 3 VertBek definiert Passivverkäufe wie folgt: «Die Erledigung unaufgeforderter Bestellungen einzelner Kunden, d.h. das Liefern von Waren an bzw. das Erbringen von Dienstleistungen für solche Kunden [...]» (Fussnoten weggelassen).

<sup>100</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 11 und 16, S. 8 bzw. 10.

<sup>101</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 11 und 41, S. 9 resp. 20.

<sup>102</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 11 und 16, S. 8, resp. 10.

<sup>103</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 11 und 13.

<sup>104</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 11 und 13.

<sup>105</sup> Daten gemäss Einlöse-Statistik des ASTRA; act. 10, Antwort zu Frage 14, S. 10.

<sup>106</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 14, S. 10.

<sup>107</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 15, S. 10.

<sup>108</sup> Act. 6, Beilage 2, Ziff. 2.14.

<sup>109</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 20, S. 11.

<sup>110</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 20, S. 11.

<sup>111</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 19, S. 11.

<sup>112</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 19, S. 11.

<sup>113</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 19, S. 11.

### A.3.3.1.2 Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragung zu ihrer Alleinbezugsverpflichtung

56. Anlässlich der durchgeführten Händlerbefragung wurden die **Yamaha-Partner** gefragt, ob sie die Vertragsprodukte zwecks Weiterverkaufs an Endkundinnen und Endkunden unabhängig von der Lieferantin (d. h. von der HAG) auch **bei frei wählbaren Yamaha-Partnern in der Schweiz beziehen** können. 16 von 18 Yamaha-Partnern (89 %) antworteten mit «Ja».

57. Auf die Frage, ob die **Yamaha-Service-Stellen** die Vertragsprodukte zwecks Weiterverkaufs an Endkundinnen und Endkunden unabhängig von der Lieferantin (d. h. von der HAG) auch **bei frei wählbaren Yamaha-Partnern in der Schweiz beziehen** können, sagen vier von neun Yamaha-Vertretungen (44 %) «Ja». Eine Yamaha-Vertretung (11 %) verneint die Frage und vier (44 %) geben an es nicht zu wissen.<sup>114</sup>

58. Hinsichtlich der **Möglichkeit von Parallelimporten** sagen zwei von 17 Yamaha-Partnern (12 %), dass der Parallelimport von Yamaha-Produkten nicht möglich sei.<sup>115</sup> Die restlichen Yamaha-Partner sagen «ja» (64,7 %) oder geben an, es nicht zu wissen (23,5 %). Lediglich ein Yamaha-Partner (5 %) gibt an, Parallelimporte von Yamaha-Produkten zu tätigen.

59. Der **Direktimport** von Yamaha-Produkten ist gemäss 14 von 15 Yamaha-Partnern (93 %) **möglich** und gemäss 15 von 18 Yamaha-Partnern (83 %) würden Endkundinnen und Endkunden Yamaha-Produkte in die Schweiz importieren.

60. Die Frage nach der Höhe der Preisunterschiede für Yamaha-Produkte zu den Nachbarländern der Schweiz wurde nicht eindeutig beantwortet. Gemäss fünf von 17 Yamaha-Partnern (29 %) beträgt gegenüber Endkundinnen und Endkunden der **Preisunterschied für Yamaha-Produkte in den Nachbarländern der Schweiz** im Vergleich zur Schweiz etwa 5–20 %. Demgegenüber sagen 35 % bzw. 46 % der befragten Yamaha-Partner, dass es gegenüber Händlern bzw. Endkundinnen und Endkunden keinen Preisunterschied gebe.

61. Acht von zehn Yamaha-Vertretungen (80 %) sagen, dass sie in ihrer Wahl hinsichtlich Bezugsquelle für die Winterbestellung (für die eine **Mindestbestellmenge** vorgesehen ist) von Fahrzeugen nicht beschränkt seien. Lediglich eine Yamaha-Vertretung gibt an, in ihrer Wahl eingeschränkt zu sein.<sup>116</sup> Aus der Befragung geht allerdings nicht hervor (i) ob sich die Yamaha-Vertretungen vertraglich verpflichtet sehen, eine Winterbestellung zu tätigen und (ii) wie viele der Yamaha-Vertretungen solche Winterbestellungen tätigen.<sup>117</sup>

### A.3.3.1.3 Zwischenfazit zur Alleinbezugsverpflichtung der Yamaha-Partner

62. Mit der **Alleinbezugsverpflichtung** der Verträge 2017/2018 waren die Schweizer Yamaha-Vertretungen verpflichtet, die Yamaha-Produkte ausschliesslich bei der Schweizer Generalimporteurin (der HAG), zu beziehen (Rz 41 ff.). Sie haben sich damit indirekt verpflichtet, **Parallelimporte** sowie den Bezug von Yamaha-Produkten im Ausland zu unterlassen. Dies könnte zum indirekten Ausschluss von passiven Verkäufen durch ausländische Händler an Schweizer Händler geführt haben. Gleiches gilt für die Verpflichtung der Yamaha-Service-Stellen, Vertragsprodukte nur von der HAG und insbesondere Yamaha-Fahrzeuge nur von den ihnen zugewiesenen Yamaha-Vertretungen zu beziehen (Rz 44 ff.). Gegen eine strikte Alleinbezugsverpflichtung und für die Möglichkeit von Parallelimporten sprechen demgegenüber Ziff. 4.21 resp. 4.19 der Liefervereinbarungen der Yamaha-Partner, die Parallelimporte vorsehen (Rz 47). Die Mehrheit der befragten Yamaha-Partner gibt an, sich nicht darin beschränkt zu sehen, Yamaha-Produkte aus dem Ausland zu beziehen (Rz 58). Lediglich ein Yamaha-

---

<sup>114</sup> Act. 68.

<sup>115</sup> Act. 49; act. 68.

<sup>116</sup> Act. 68.

<sup>117</sup> Act. 19, Frage 18, S. 6.

Partner gibt jedoch an, tatsächlich Fahrzeuge parallel zu importieren (Rz 58). Die geringe Anzahl parallel- und direktimportierter Yamaha-Fahrzeuge im Jahr 2018 (0,6 % aller Fahrzeuge) (Rz 53) zeigt, dass beinahe keine Importe getätigt wurden. Die HAG hat den Wortlaut der Alleinbezugs klauseln in ihren revidierten Verträgen 2021 nur geringfügig geändert. Der neue Wortlaut, für sich allein, suggeriert weiterhin eine Alleinbezugsverpflichtung. Die HAG hat dem Sekretariat allerdings zugesichert, die diesbezügliche Anregung umzusetzen (Rz 19). Mit der Umsetzung der Anregung wird der Widerspruch zwischen den Vertragsklauseln wegfallen.

63. Mit den vorgenannten Alleinbezugsverpflichtungen haben sich die Yamaha-Partner ebenfalls indirekt verpflichtet, den Bezug von Yamaha-Produkten bei anderen Schweizer Yamaha-Partnern zu unterlassen. Gegen eine strikte Alleinbezugsverpflichtung und für die Möglichkeit von **Querlieferungen unter Schweizer Yamaha-Partnern** sprechen Ziff. 2.6 resp. 2.7 der Liefervereinbarungen der Yamaha-Partner, die Querlieferungen vorsehen (Rz 48). Die HAG gibt an, Querlieferungen durch ihr EDV-System (sog. Marketplace) zu fördern (Rz 52). Anlässlich der durchgeführten Händlerbefragung wurden die Yamaha-Partner gefragt, ob sie die Vertragsprodukte zwecks Weiterverkaufs an Endkundinnen und Endkunden unabhängig von der HAG auch bei frei wählbaren Yamaha-Partnern in der Schweiz beziehen können. 16 von 18 Yamaha-Partnern (89 %) antworten mit «Ja» (Rz 56). Vor diesem Hintergrund ist **nicht** von einer **Beschränkung von Querlieferungen** zwischen den Yamaha-Partnern **innerhalb der Schweiz** auszugehen. Dies unter Berücksichtigung, dass das Sekretariat der HAG die Anregung unterbreitet hat, die Klauseln in ihren Verträgen hinsichtlich Alleinbezugsverpflichtung der Yamaha-Partner zu streichen oder dahingehend zu präzisieren, dass diese unmissverständlich Parallelimporte und Querlieferungen zulassen (Rz 273 Ziff. 2) und die HAG dem Sekretariat zugesichert hat die Anregung umzusetzen (Rz 19).

64. Nach Ziff. 2.13 der ehemaligen und revidierten Liefervereinbarungen haben die Yamaha-Vertretungen eine Pflicht zum Bezug einer **Mindestbestellmenge** von zehn Fahrzeugen bei einer sog. Winterbestellung (Rz 49). Während die HAG angibt, dass es für die Yamaha-Vertretungen nicht obligatorisch sei, überhaupt eine Winterbestellung zu tätigen, geht aus der Befragung insbesondere nicht hervor, ob sich die Yamaha-Vertretungen vertraglich verpflichtet sehen, eine Winterbestellung zu tätigen. Aus Verhältnismässigkeitsgründen wird zurzeit davon abgesehen zu prüfen, ob sich die vertragliche Mindestbestellmenge wie eine Alleinbezugsverpflichtung ausgewirkt hat. Es wird der HAG jedoch empfohlen, Ziff. 2.13 der revidierten Liefervereinbarung 2021 Yamaha-Vertretung dahingehend zu präzisieren, dass die Winterbestellung, die die Mindestbestellmenge vorsieht, ein Sonderangebot darstellt und es optional für die Yamaha-Vertretungen ist, diese Bestellung zu tätigen.

#### **A.3.3.2 Garantieleistungen der HAG**

65. Art. 5 des Warranty Agreements vom 1. Januar 2017 zwischen YMC, YME und der HAG (Rz 29) hält unter dem Titel «*Service for Other Distributor's Customers*» fest:

[...] <sup>118</sup>

66. Nach vorgenannter Klausel ist die HAG berechtigt, von YMC entschädigt zu werden, wenn die HAG Serviceleistungen an Fahrzeugen erbringt, die in der EU von einem YME-Vertriebspartner vertrieben wurden. YMC behält sich dabei das Recht vor, in jedem Einzelfall zu entscheiden, ob die HAG zur genannten Entschädigung berechtigt ist.

67. Art. 3 Ziff. 1 lit. c des Warranty Agreements zwischen YMC, YME und der HAG lautet:

[...] <sup>119</sup>

---

<sup>118</sup> Act. 31, S. 3.

<sup>119</sup> Act. 31, S. 3.

68. Nach vorgenannter Klausel wird die HAG nicht für Schäden kompensiert, die aus dem Einbau von Teilen, Komponenten und/oder Accessoires resultieren, deren Qualität nicht derjenigen von Yamaha-Originalteilen entspricht.

69. Art. 2 Ziff. 16 des Distributor Agreements zwischen YME und der HAG (Rz 29) lautet:

[...] <sup>120</sup>

70. Die HAG darf nach vorgenannter Klausel [...].

71. Sowohl die Liefervereinbarungen 2018 zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern als auch die revidierten Liefervereinbarungen 2021 sehen Folgendes in Bezug auf die Garantieleistungen der HAG bei Yamaha-Fahrzeugen, welche durch die HAG importiert wurden, vor:

«4.2 Garantieleistungen für Motorräder und Roller von Yamaha

Die Yamaha-Vertretung oder die Yamaha Service-Stelle verpflichtet sich, **für Motorräder und Roller, welche durch die Lieferantin importiert wurden, während der Garantiedauer** alle Originalteile, die aufgrund von Material- oder Herstellungsfehlern defekt sind oder dadurch beschädigt wurden, **auf Kosten des Yamaha-Importeurs zu ersetzen.**» <sup>121</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)

72. Bezüglich Ersatzteile-Garantie hält Ziff. 4.11 der Liefervereinbarungen mit den Yamaha-Partnern Folgendes fest:

**Tabelle 8: Ersatzteile-Garantieklauseln der Liefervereinbarungen der HAG mit den Yamaha-Partnern**

2018 Liefervereinbarung Yamaha-Partner	2021 Liefervereinbarung Yamaha-Partner
<p>«4.11 Ersatzteile und Batterien</p> <p><b><u>Ersatzteile</u></b> und Batterien, welche <b><u>nicht bei der hostettler ag</u></b> in Sursee oder einer ihrer Filialen <b><u>bezogen</u></b> wurden, können <b><u>nicht in Garantie</u></b> oder Kulanz <b><u>zurückvergütet</u></b> werden.</p> <p><b><u>Zubehörteile</u></b>, (z B. Bremsanlagen oder einzelne Komponenten von anderen Herstellern als die der Originalbremsanlage), welche an Stelle von Originalteilen montiert wurden, können <b><u>ebenfalls nicht</u></b> in Garantie oder Kulanz zurückvergütet werden.» <sup>122</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p>	<p>«4.11 Ersatzteile</p> <p>Die Kundenrechnung der Originalteile muss zwingend dem Garantieantrag beigefügt werden, damit der Antrag von hostettler ag bearbeitet werden kann.</p> <p>Schäden oder Mängel aufgrund von unangebrachter Lagerung oder Transportschäden sind ausgeschlossen. In solchen Fällen sind die anwendbaren Prozeduren zu befolgen.</p> <p>Wird im Rahmen der Garantiedauer an einem Fahrzeug ein Originalteil ersetzt, erhält das neu eingebaute Teil eine Garantie die bis zum Ende der Garantiedauer des Fahrzeugs Gültigkeit hat.</p> <p>Wird ein Ersatzteil jedoch bei einem Partner von hostettler ag gekauft, so gilt eine 2-jährige Teilegarantie, unabhängig vom Alter des Fahrzeuges.» <sup>123</sup></p>

73. Ziff. 4.5 der Liefervereinbarungen mit den Yamaha-Partnern hält zur Garantiedauer fest:

<sup>120</sup> Act. 17, Beilage 5, Art. 2 Ziff. 16, S. 99.

<sup>121</sup> Act. 83, Beilagen 2 und 4, Ziff. 4.2, S. 26 resp. 69; siehe auch act. 6, Beilagen 2 und 4, Ziff. 4.2.

<sup>122</sup> Act. 6, Beilagen 2 und 4, Ziff. 4.11.

<sup>123</sup> Act. 83, Beilagen 2 und 5, Ziff. 4.11, S. 28 resp. 71.

**Tabelle 9: Garantiedauerbestimmungen der Liefervereinbarungen der HAG mit den Yamaha-Partnern**

2018 Liefervereinbarung Yamaha-Partner	2021 Liefervereinbarung Yamaha-Partner
<p>«2 Jahre: für Motorräder und Roller von YAMAHA bis 100 ccm, ohne Kilometerbeschränkung (1 Jahr Werksgarantie + 1 Jahr SWISS GARANTIE, sofern das Motorrad oder der Roller während diesen 2 Jahren in der Schweiz immatrikuliert bleibt) [...]</p> <p>3. Jahr Garantie: Zusätzlich zu der zweijährigen Herstellergarantie bietet die Lieferantin ein kostenloses drittes Jahr Vollgarantie für YAMAHA Motorräder und Roller ab 101ccm ohne Kilometerbeschränkung. (2 Jahre Werksgarantie + 1 Jahr SWISS GARANTIE, sofern das Motorrad oder der Roller während diesen 3 Jahren in der Schweiz immatrikuliert bleibt).»<sup>124</sup></p>	<p>«2 Jahre: für Motorräder und Roller von YAMAHA bis 100 ccm, ohne Kilometerbeschränkung (1 Jahr Werksgarantie + 1 Jahr SWISS GARANTIE, sofern das Motorrad oder der Roller während diesen 2 Jahren in der Schweiz immatrikuliert bleibt) [...]</p> <p>2 Jahre: für Yamaha-Originalersatzteile (nur Material ohne Arbeit), für Yamaha-Originalzubehör (nur Material ohne Arbeit)</p> <p>3. Jahr Garantie (Swiss Garantie): für Motorräder und Roller von YAMAHA ab 101 cm<sup>3</sup>, ohne Kilometerbeschränkung. (2 Jahre Werksgarantie + 1 Jahr SWISS GARANTIE, sofern das Motorrad oder der Roller während diesen 3 Jahren in der Schweiz immatrikuliert bleibt)»<sup>125</sup></p>

74. Nach Ziff. 4.5 der Liefervereinbarungen hängt die Garantiedauer vom Fahrzeugtyp ab. Für Fahrzeuge bis 100 ccm besteht eine einjährige Herstellergarantie (Werksgarantie genannt) sowie eine einjährige Swiss Garantie, die die HAG gewährt. Bei Fahrzeugen ab 101 ccm besteht eine zweijährige Herstellergarantie und eine einjährige Swiss Garantie, die die HAG gewährt. Die Liefervereinbarungen 2021 enthalten darüber hinaus eine zweijährige Garantie für Yamaha-Originalersatzteile und -Originalzubehör.

75. Ziff. 4.4 der Liefervereinbarungen mit den Yamaha-Partnern sieht u. a. folgenden Garantieausschlussgrund vor:

**Tabelle 10: Garantieausschlussklauseln der Liefervereinbarungen der HAG mit den Yamaha-Partnern**

2018 Liefervereinbarung Yamaha-Partner	2021 Liefervereinbarung Yamaha-Partner
<p>«4.4 Garantieausschlussgründe [...]</p> <p>Das Motorrad oder der Roller wurde abgeändert, oder <b>es wurden Teile fremder Herkunft (welche nicht durch hostettler ag autorisiert wurden) eingebaut.</b>»<sup>126</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p>	<p>«4.4 Garantieausschlussgründe [...]</p> <p>Das Fahrzeug wurde modifiziert <b>oder mit Teilen ausgestattet, die nicht vom Hersteller homologiert wurden (die von hostettler ag nicht anerkannt werden).</b>»<sup>127</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)</p>

76. Während die Liefervereinbarungen 2018 das Einbauen von Teilen fremder Herkunft ausdrücklich als Garantieausschlussgrund vorsehen, nennen die Liefervereinbarungen 2021 nicht anerkannte Teile.

77. Schliesslich sehen die Rahmenverträge mit den Yamaha-Partnern Folgendes in Bezug auf die Verwendung und den Verkauf von Ersatzteilen vor:

**Tabelle 11: Ersatzteilklauseln der Rahmenverträge der HAG mit den Yamaha-Partnern**

2017/18 Rahmenvertrag Yamaha-Partner	2021 Rahmenvertrag Yamaha-Partner
«4.5 Ersatzteillager und Ersatzteile	«Ersatzteillager und Ersatzteile

<sup>124</sup> Act. 6, Beilagen 2 und 4, Ziff. 4.5.

<sup>125</sup> Act. 83, Beilagen 2 und 5, Ziff. 4.5, S. 27 resp. 70.

<sup>126</sup> Act. 6, Beilagen 1 und 3, Ziff. 4.4.

<sup>127</sup> Act. 83, Beilage 5, Ziff. 4.4, S. 69.

2017/18 Rahmenvertrag Yamaha-Partner	2021 Rahmenvertrag Yamaha-Partner
Die YAMAHA-Vertretung [bzw. Yamaha-Service-Stelle] ist verpflichtet, ein eigenes Ersatzteillager mit originalen YAMAHA Service- und Verschleissteilen zu unterhalten. Ferner verpflichtet sich die YAMAHA-Vertretung [bzw. Yamaha-Service-Stelle] <u>nur YAMAHA-Originalersatzteile zu verwenden und zu verkaufen.</u> <sup>128</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)	Die Yamaha Vertretung [bzw. Yamaha-Service-Stelle] ist verpflichtet, ein eigenes Ersatzteillager mit originalen Yamaha Service- und Verschleissteilen zu unterhalten. Ferner verpflichtet sich die Yamaha Vertretung [bzw. Yamaha-Service-Stelle] <u>während der Garantiezeit</u> des Fahrzeugs und wie vom Hersteller vorgeschrieben für Yamaha Produkte nur Yamaha <u>Originalersatzteile oder gleichwertige Produkte</u> zu verwenden und zu verkaufen. <sup>129</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)

78. Die Bestimmungen der revidierten Rahmenverträge 2021 lassen die Verwendung und den Verkauf von Yamaha-Originalteilen gleichwertigen Produkten nunmehr ausdrücklich zu.

### A.3.3.2.1 Stellungnahme der HAG zu ihren Garantieleistungen

79. Hinsichtlich **Garantieleistungen** hält die HAG fest, dass die HAG bei Garantiarbeiten oder Originalersatzteilen gegenüber YMC bzw. YME nur abrechnen könne, was die HAG effektiv bei YMC oder YME bezogen habe.<sup>130</sup> Seien die Produkte nicht von der HAG vertrieben worden, könne gegenüber YMC resp. YME auch keine Garantie seitens der HAG beansprucht werden.<sup>131</sup> Folglich gewähre die HAG auf **direkt- und parallelimportierten Fahrzeugen** keine Garantieleistungen.<sup>132</sup> Die Endkundin oder der Endkunde bzw. der Yamaha-Partner könne den Garantieantrag an einen Vertragshändler im Bezugsland des Fahrzeuges stellen und so die Garantieleistungen einfordern.<sup>133</sup> Einzig sicherheitsrelevante Rückrufe würden von YMC stets vergütet.<sup>134</sup> Die HAG sei in diesem Fall für die Abwicklung der Vergütungen gegenüber YME verantwortlich.<sup>135</sup>

80. Dies gelte auch für **importierte Yamaha-Originalersatzteile**.<sup>136</sup> Bei Garantiarbeiten erfolge die Vergütung durch die Herstellerin nur für Originalersatzteile, die bei der HAG oder einer ihrer Filialen in der Schweiz bezogen worden seien.<sup>137</sup> Davon erfasst seien auch querbezogene Originalersatzteile, die bei einem in der Schweiz zugelassenen Yamaha-Partner erworben worden seien, welcher die Teile ursprünglich von der HAG oder einer ihrer Filialen bezogen habe.<sup>138</sup>

81. Die Ausführungen der HAG widersprechen der Aktenlage. Dass die HAG hinsichtlich parallel und direkt importierter Yamaha-Produkte gegenüber der Herstellerin, YMC bzw. YME, angeblich keine Garantie-Rückvergütungsansprüche geltend machen kann, widerspricht Art. 5 des Warranty Agreements zwischen YMC bzw. YME und der HAG, der nicht vorsieht, dass die HAG Garantie-Rückvergütungsansprüche nur für selbst importierte Fahrzeuge gegenüber YMC bzw. YME geltend machen kann (Rz 65).

82. Hinsichtlich der Garantiedauer erklärt die HAG, sie räume die Swiss Garantie (Rz 73 f.) kumulativ zu der von der Herstellerin gewährten Garantie ein und könne die Garantieleistungen im dritten Jahr nicht bei der Herstellerin zurückverlangen; diese würden ausschliesslich

<sup>128</sup> Act. 6, Beilagen 1 und 3, Ziff. 4.5.

<sup>129</sup> Act. 83, Beilagen 1 und 3, Ziff. 4.5 resp. 4.4, S. 10 resp. 54.

<sup>130</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 22, S.12.

<sup>131</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 22.

<sup>132</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 21 und 27.

<sup>133</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 21 und 27.

<sup>134</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 21 und 27.

<sup>135</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 21 und 27.

<sup>136</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 22 bis 24; act. 6, Beilagen 2 und 4, Ziff. 4.11.

<sup>137</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 22 bis 24; act. 6, Beilagen 2 und 4, Ziff. 4.11.

<sup>138</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 22 bis 24; act. 6, Beilagen 2 und 4, Ziff. 4.11.

auf Kosten der HAG gehen.<sup>139</sup> Deshalb könne HAG die Swiss Garantie nur auf Fahrzeuge erbringen, die sie selbst in die Schweiz importiert habe.<sup>140</sup>

83. Aus den vorgenannten Ausführungen der HAG ergibt sich, dass die HAG weder die Herstellergarantie noch die Swiss Garantie auf Fahrzeuge gewährt, die von zugelassenen Händlern im Ausland gekauft und in die Schweiz importiert worden sind (vgl. oben, Rz 79 und 82).

84. Die HAG erklärt im Zusammenhang mit dem **Garantiausschluss** in den Verträgen 2017/2018, dass die Herstellerin (YMC) während der Garantiezeit die Verwendung von Originalprodukten verlange, ansonsten verfallende jeglicher Anspruch auf Garantieleistungen.<sup>141</sup> Solange Yamaha-Originalteile eingebaut würden, bleibe die Herstellergarantie gültig.<sup>142</sup> Beim Verwenden von Fremdteilen (nicht Yamaha-Originalteile) verfallende Herstellergarantie.<sup>143</sup>

85. Die Verträge zwischen der HAG und der Herstellerin, die dem Sekretariat vorliegen (Rz 29) enthalten keine Bestimmungen, die einen Verfall der Herstellergarantie vorsehen, wenn Teile fremder Herkunft eingebaut werden. [...] (Rz 67).

86. Schliesslich gibt die HAG an, die Yamaha-Partner dürften daneben **Teile fremder Herkunft anbieten und verkaufen**.<sup>144</sup> Die HAG könne und wolle dies nicht kontrollieren und übe auch keinen Druck auf ihre Vertragspartner aus, damit diese ausschliesslich Yamaha-Produkte verkaufen würden.<sup>145</sup> [...] (Rz 69).

#### **A.3.3.2.2 Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragung zu den Garantieleistungen der HAG**

87. Neun von 17 Yamaha-Partnern (53 %) geben an, dass **Arbeiten**, die **im Rahmen der Herstellergarantie** erbracht werden, auch vergütet würden, wenn die Yamaha-Fahrzeuge durch Endkundinnen und Endkunden in die Schweiz importiert wurden.<sup>146</sup> Acht von 17 Yamaha-Partnern (47 %) geben an, dass **Arbeiten**, die **im Rahmen der Herstellergarantie** erbracht werden, auch vergütet würden, wenn die Yamaha-Fahrzeuge durch Yamaha-Partner in die Schweiz importiert wurden.<sup>147</sup> Gemäss drei von 17 Yamaha-Partnern (18 %) werden Garantiarbeiten bei solchen Fahrzeugen nicht vergütet.<sup>148</sup>

88. Zudem sagen vier von 12 Yamaha-Partnern (33 %), dass **Yamaha-Originalersatzteile**, die sie im Rahmen von Garantieleistungen verwenden, von der HAG **nicht vergütet** würden, **wenn** sie durch einen Yamaha-Partner **parallelimportiert** worden seien.<sup>149</sup> Gemäss einem Yamaha-Partner (8 %) werden auch parallelimportierte Yamaha-Originalersatzteile vergütet werden. Elf von 14 Yamaha-Partnern (79 %) wissen nicht, ob in der Schweiz **querbezogene** Yamaha-Originalersatzteile von der HAG vergütet würden, ein Yamaha-Partner (7 %) verneint diese Frage.<sup>150</sup>

89. Die Frage, ob die **Garantie verfallende**, **wenn** im Rahmen von Service- und Wartungsarbeiten **Ersatzteile** verwendet werden, die **von Drittanbietern** stammen und von der HAG nicht

---

<sup>139</sup> Act. 10, Antworten zu Frage 27, S. 14.

<sup>140</sup> Act. 10, Antworten zu Frage 27, S. 14.

<sup>141</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 25, S. 13.

<sup>142</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 26, S. 13.

<sup>143</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 26, S. 13.

<sup>144</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 35 und 36, S. 17.

<sup>145</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 35 und 36, S. 17.

<sup>146</sup> Act. 68; act. 49; act. 66.

<sup>147</sup> Act. 68; act. 49; act. 66.

<sup>148</sup> Act. 68; act. 49; act. 66.

<sup>149</sup> Act. 68; act. 49; act. 33; act. 59.

<sup>150</sup> Act. 68.

autorisiert sind, bejahen neun von 16 Yamaha-Partnern (56 %).<sup>151</sup> Alle anderen Yamaha-Partner, ausser einer, wissen es nicht.<sup>152</sup>

90. Zehn von 16 Yamaha-Partnern (63 %) beziehen **Ersatzteile**, die mit Yamaha-Produkten im Wettbewerb stehen. Neun von 14 Yamaha-Partnern (64 %) verkaufen zudem konkurrierende Ersatzteile. Die Befragung der Yamaha-Partner hinsichtlich der Frage, ob während der Garantiedauer für Arbeiten, die ausserhalb von Garantieleistungen (z. B. Service- und Wartungsarbeiten) erbracht werden, konkurrierende Ersatzteile verwendet werden dürfen, ergab zudem kein eindeutiges Ergebnis. Jeweils fünf von elf Yamaha-Partnern (45 %) sagen «Ja» bzw. «Nein». Einer konnte die Frage mangels Kenntnis nicht beantworten.

#### A.3.3.2.3 Zwischenfazit zu den Garantieleistungen der HAG

91. [...]. Dies könnte Parallel- und/oder Direktimporte indirekt behindern. [...].

92. Zur Vertragsbestimmung, die einen **Garantiausschluss** vorsieht, wenn Teile fremder Herkunft (d. h. von konkurrierenden Herstellern) eingebaut wurden (Rz 75), ist festzuhalten, dass die HAG im Zusammenhang mit den Verträgen 2017/2018 erklärt, dass die Herstellerin (YMC) während der Garantiezeit die Verwendung von Originalprodukten verlange, ansonsten verfallende jeglicher Anspruch auf Garantieleistungen (Rz 84). Die Mehrheit der Yamaha-Partner bejahen die Frage, ob die **Garantie verfallt**, wenn im Rahmen von Service- und Wartungsarbeiten **Ersatzteile** verwendet werden, die von Drittanbietern stammen und von der HAG nicht autorisiert sind (Rz 89). Während die Liefervereinbarungen 2018 das Einbauen von Teilen fremder Herkunft ausdrücklich als Garantiausschlussgrund nennen, nennen die Liefervereinbarungen 2021 nicht anerkannte Teile (Rz 76).

93. Durch die vertragliche Verpflichtung der Yamaha-Partner in den Jahren vor 2021, **nur Yamaha-Originalersatzteile zu verwenden und zu verkaufen** (Rz 77), könnten sie darin beschränkt gewesen sein, Ersatzteile von konkurrierenden Herstellern zu verwenden bzw. zu verkaufen. Der HAG zufolge dürfen die Yamaha-Partner Teile fremder Herkunft anbieten und verkaufen.<sup>153</sup> Die Mehrheit der Yamaha-Partner gibt an, Ersatzteile von konkurrierenden Herstellern zu beziehen und zu verkaufen (Rz 90). Die **revidierten Rahmenverträge 2021** präzisieren, dass die Yamaha-Partner verpflichtet sind, während der Garantiezeit des Fahrzeugs für Yamaha-Produkte nur Yamaha-Originalersatzteile oder gleichwertige Produkte zu verwenden und zu verkaufen. Sie **lassen die Verwendung** und den **Verkauf** von Yamaha-Originalteilen **gleichwertigen Produkten** nun ausdrücklich **zu**.

#### A.3.3.3 Zwischenfazit zu Parallel- und Direktimporten

94. In Bezug auf **Parallel- und Direktimporte** ist erstens festzuhalten, dass mit der **Alleinbezugsverpflichtung** der Verträge 2017/2018 die Schweizer Yamaha-Vertretungen verpflichtet waren, die Yamaha-Produkte ausschliesslich bei der Schweizer Generalimporteurin (der HAG), zu beziehen (Rz 41 ff.). Sie haben sich damit indirekt verpflichtet, **Parallelimporte** sowie den Bezug von Yamaha-Produkten im Ausland zu unterlassen. Dies könnte zum indirekten Ausschluss von passiven Verkäufen durch ausländische Händler an Schweizer Händler geführt haben. Gleiches gilt für die Verpflichtung der Yamaha-Service-Stellen, Vertragsprodukte nur von der HAG und insbesondere Yamaha-Fahrzeuge nur von den ihnen zugewiesenen Yamaha-Vertretungen zu beziehen (Rz 44 ff.). Gegen eine strikte Alleinbezugsverpflichtung und für die Möglichkeit von Parallelimporten sprechen demgegenüber Ziff. 4.21 resp. 4.19 der Liefervereinbarungen der Yamaha-Partner, die Parallelimporte vorsehen (Rz 47). Die Mehrheit der befragten Yamaha-Partner gibt an, sich nicht darin beschränkt zu sehen, Yamaha-Produkte aus dem Ausland zu beziehen (Rz 58). Lediglich ein Yamaha-Partner gibt jedoch an,

---

<sup>151</sup> Act. 49; act. 54; act. 55; act. 56; act. 59; act. 60; act. 66; act. 70; act. 80.

<sup>152</sup> Act. 33.

<sup>153</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 35 und 36, S. 17.

tatsächlich Fahrzeuge parallel zu importieren (Rz 58). Die geringe Anzahl parallel- und direkt-importierter Yamaha-Fahrzeuge im Jahr 2018 (0,6 % aller Fahrzeuge) (Rz 53) zeigt, dass beinahe keine Importe getätigt wurden. Die HAG hat den Wortlaut der Alleinbezugs Klauseln in ihren revidierten Verträgen 2021 nur geringfügig geändert. Der neue Wortlaut, für sich allein, suggeriert weiterhin eine Alleinbezugsverpflichtung. Die HAG hat dem Sekretariat allerdings zugesichert, die diesbezügliche Anregung umzusetzen (Rz 19). Mit der Umsetzung der Anregung wird der Widerspruch zwischen den Vertragsklauseln wegfallen.

95. Zweitens liegen **Garantiebeschränkungen** vor, die Parallel- und/oder Direktimporte indirekt behindert haben könnten. [...]. Den vertraglichen **Garantiewaiver** beim Einbauen von Ersatzteilen fremder Herkunft (Rz 75) sowie die vertragliche Verpflichtung der Yamaha-Partner, **nur Yamaha-Originalersatzteile zu verwenden und zu verkaufen** (Rz 77), hat die HAG bereits aus den Verträgen **gestrichen**.

### A.3.4 Belieferung spezifischer Kundengruppen

96. Gemäss der Internetseite von YME bietet die HAG fachgerecht mit Blaulicht, Martinshorn und Koffersystem vom Zivil- zum Behördenfahrzeug umgebaute Yamaha-Modelle an.<sup>154</sup> Es handelt sich dabei jährlich um sehr wenige Fahrzeugverkäufe (siehe Tabelle 1, Rz 26).

97. Die Yamaha-Vertretungen waren gemäss Ziff. 4.1 Abs. 2 des Rahmenvertrages 2017 nicht berechtigt, Behörden oder Handelsbetriebe mit Vertragsprodukten zu beliefern:

«Die YAMAHA-Vertretung ist **nicht berechtigt, Vertragsprodukte an Behörden oder andere Handelsbetriebe zu verkaufen.**»<sup>155</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)

98. Die Yamaha-Service-Stellen waren gemäss Ziff. 4.1 Abs. 2 des Rahmenvertrages 2018 nicht berechtigt, Vertragsprodukte an Behörden oder andere Handelsbetriebe zu verkaufen, wenn die Produkte spezielle technische Änderungen bedingen:

«Die YAMAHA Service-Stelle ist **nicht berechtigt, Vertragsprodukte (Art. 2) an Behörden oder andere Handelsbetriebe zu verkaufen, wenn die Produkte spezielle technische Änderungen** (z.B. Polizeifahrzeug mit spezifischer Ausrüstung) **bedingen.**»<sup>156</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)

99. Diese Beschränkungen gegenüber den Yamaha-Partnern wurden in den revidierten Rahmenverträgen 2021 **ersatzlos gestrichen**.<sup>157</sup> Damit ist im Vertrag nicht mehr explizit festgehalten, dass die Yamaha-Partner an Behörden oder Handelsbetriebe keine Vertragsprodukte liefern dürfen. Jedoch lautet Ziff. 3.1 des revidierten Rahmenvertrages 2021 Yamaha-Vertretung neu wie folgt:

«Die Lieferantin verpflichtet sich, Vertragsprodukte nur an die Yamaha Vertretung zu verkaufen. Davon ausgenommen ist die Belieferung einer allfälligen Yamaha Service-Stelle mit Yamaha Originalersatzteilen und Yamaha Zubehör sowie der Vertrieb und Verkauf von Vertragsprodukten mit technischen Modifikationen **an Behörden, Handelsbetriebe oder Flottenbetreiber. Solche technisch modifizierte Vertragsprodukte bedürfen einer vorgängigen Prüfung und Genehmigung durch Yamaha Motor Europe und werden daher direkt durch die Lieferantin vertrieben und verkauft.**»<sup>158</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)

---

<sup>154</sup> Siehe <<https://www.yamaha-motor.eu/ch/de/footer/pro-users/authorities/>> (25.9.2020).

<sup>155</sup> Act. 6, Beilage 1 (Rahmenvertrag 2017 Yamaha-Vertretung), Ziff. 4.1, zweiter Absatz, S. 9.

<sup>156</sup> Act. 6, Beilage 2 (Rahmenvertrag 2018 Yamaha-Service-Stelle), Ziff. 4.1 Abs. 2, S. 38.

<sup>157</sup> Act. 17, Beilagen 1 und 3.

<sup>158</sup> Act. 83, Beilage 1, Ziff. 3.1, S. 8.

100. Eine entsprechende Klausel findet sich auch im revidierten Rahmenvertrag 2021 der Yamaha-Service-Stellen.<sup>159</sup> Die revidierten Verträge 2021 begrenzen die Verkaufsbeschränkung ausdrücklich auf technisch modifizierte Fahrzeuge.

#### A.3.4.1 Stellungnahme der HAG zur Belieferung spezifischer Kundengruppen

101. Zur Belieferung spezifischer Kundengruppen brachte die HAG zunächst vor, dass es den Yamaha-Partnern nicht untersagt sei, Standardfahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe oder Flottenbetreiber zu liefern.<sup>160</sup> Die HAG räumte ein, die entsprechenden Klauseln der Verträge 2017/2018 seien «*missverständlich*».<sup>161</sup> Die Beschränkung betreffe einzig die Auslieferung technisch modifizierter Fahrzeuge.<sup>162</sup>

102. Bezüglich technisch modifizierter Fahrzeuge, die an Behörden und Handelsbetriebe verkauft werden (Feld, in dem HAG selbst auf Endkundenstufe tätig ist) erklärte die HAG, dass es sich z. B. um Polizeifahrzeuge handle.<sup>163</sup> Die HAG müsse bei diesem Typ von Fahrzeugen selbst noch technische Änderungen vornehmen wie z. B. das Anbringen von Sirenen und Polizeileuchtzeichen.<sup>164</sup> Die HAG übernehme einen kleinen Teil der Herstellung, weshalb diese Pflichten vertraglich zwischen der Herstellerin und der HAG geregelt seien.<sup>165</sup> Normale Fahrzeughändler würden gar nicht über die Ausrüstung verfügen, um solche «*Herstellungsaktivitäten*» zu übernehmen.<sup>166</sup>

103. Zudem müssten die betroffenen Fahrzeuge zwingend von YMC abgenommen werden, wofür Yamaha strenge Richtlinien vorgebe.<sup>167</sup> Auch aus diesem Grund sei es einem einzelnen Händler nicht möglich, diese Leistung zu erbringen.<sup>168</sup> Angesichts der Komplexität der Prozeduren seien die Yamaha-Partner an einer Teilnahme an solchen Ausschreibungen gar nicht interessiert.<sup>169</sup> Die Yamaha-Partner würden von diesen Geschäften jedoch profitieren, weil die Wartungen, Reparaturen und die gesamte Ersatzteilversorgung über die Yamaha-Partner erfolge.<sup>170</sup>

#### A.3.4.2 Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragung zur Belieferung spezifischer Kundengruppen

104. Die Befragung der Händler ergab, dass neun von 17 Yamaha-Partnern (53 %) sagen, dass sie im Jahr 2018 und/oder 2019 **technisch unveränderte Yamaha-Produkte an Handelsbetriebe, Flottenbetriebe und/oder Behörden verkauft** hätten.

105. Demgegenüber verkaufte nur ein Yamaha-Partner (6 %) im Jahr 2018 und/oder 2019 technisch modifizierte Yamaha-Fahrzeuge an Handelsbetriebe und Flottenbetreiber.<sup>171</sup> Zudem verkauften drei von 18 Yamaha-Partnern (18 %) im Jahr 2018 und/oder 2019 technisch modifizierte Yamaha-Fahrzeuge an Behörden.<sup>172</sup> Von den 15 Yamaha-Partnern, die angeben, **keine technisch modifizierten Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe oder Flottenbetreiber** zu verkaufen, geben sechs an, dass sie Interesse daran hätten dies zu tun, wobei einer erklärt,

---

<sup>159</sup> Act. 83, Beilage 4, Ziff. 3.1, S. 52.

<sup>160</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 28, S. 15; act. 123, Rz 9 f.

<sup>161</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 28, S. 15.

<sup>162</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 28, S. 15; act. 123, Rz 9 f.

<sup>163</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 28, S. 15; act. 123, Rz 9 f.

<sup>164</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 28, S. 15; act. 123, Rz 9 f.

<sup>165</sup> Act. 123, Rz 9 f.

<sup>166</sup> Act. 123, Rz 9 f.

<sup>167</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 28, S. 15.

<sup>168</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 28, S. 15.

<sup>169</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 29, S. 15.

<sup>170</sup> Act. 10, Antworten zu Fragen 2, 3, 28-30 und 34.

<sup>171</sup> Act. 70.

<sup>172</sup> Act. 70; act. 73; act. 50.

dass technische Änderungen aufwändig seien und er als kleiner Betrieb nicht die Kapazitäten dafür habe.<sup>173</sup> Sieben dieser 15 Yamaha-Partner geben an, dass sie kein Interesse am Verkauf technisch modifizierter Fahrzeuge hätten. Drei davon begründen dies im Wesentlichen mit fehlenden Kapazitäten.<sup>174</sup> Zwei antworteten nicht auf diese Frage.

106. Des Weiteren ergab die Befragung, dass neun von 20 Yamaha-Partnern (45 %) die HAG auf dem Schweizer Markt als ihre **Konkurrentin** betrachten. Keiner dieser neun Yamaha-Partner gab an, die HAG speziell in Bezug auf technisch modifizierte Fahrzeuge oder in Bezug auf bestimmte Kundengruppen als Konkurrentin anzusehen.

#### **A.3.4.3 Zwischenfazit zur Belieferung spezifischer Kundengruppen**

107. Während die Verträge 2017 dem Wortlaut nach den Yamaha-Vertretungen untersagten, **Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen**, behalten die revidierten 2021 Verträge der HAG die Belieferung von Behörden, Handelsbetrieben und Flottenbetreibern mit technisch modifizierten Fahrzeugen vor. Die HAG erklärt, dass es den Yamaha-Partnern nicht untersagt sei, Standardfahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe oder Flottenbetreiber zu liefern und die Klausel dazu missverständlich formuliert sei. Die Mehrheit der Yamaha-Partner gibt an, technisch unveränderte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen.

108. Zum weiterhin bestehenden vertraglichen Vorbehalt der HAG, als einzige **technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber** zu verkaufen, gibt die HAG an, dass die betroffenen Fahrzeuge zwingend von YMC abgenommen werden müssten, wofür Yamaha strenge Richtlinien vorgebe und den Yamaha-Partnern die Ausrüstung fehlen würde. Drei Yamaha-Partner geben an, technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe oder Flottenbetreiber verkauft zu haben. 15 Yamaha-Partner geben an, dies nicht zu tun und die Mehrheit davon gibt auch an, kein Interesse daran zu haben (Rz 105). Vier Yamaha-Partner geben schliesslich an, aufgrund fehlender Kapazitäten keine technisch modifizierten Fahrzeuge zu verkaufen.

#### **A.3.5 Preisgestaltung betreffend Motorräder und Roller**

109. Aufgrund der gemeldeten Hinweise bestand der Verdacht, dass die HAG auf die Wiederverkaufspreise der Yamaha-Partner Einfluss nimmt. Den Hinweisen zufolge erkundigte sich die HAG bei den Yamaha-Partnern nach ihren Verkaufspreisen, drohe ihnen und übe Druck auf sie aus, damit sie einen bestimmten Verkaufspreis einhalten.

110. Die folgenden Abschnitte fassen die Feststellungen zur Preissetzung der Yamaha-Partner betreffend Motorräder und Roller (A.3.5.1), zu den Margen und Rabatten (A.3.5.2) sowie die sich daraus ergebenden Erkenntnisse bezüglich der Preisgestaltung (A.3.5.3) zusammen.

##### **A.3.5.1 Preissetzung der Yamaha-Partner betreffend Motorräder und Roller**

111. Die HAG händigt den Yamaha-Partnern jährlich Preislisten mit empfohlenen Verkaufspreisen für Motorräder und Roller aus.<sup>175</sup> Diese waren bzw. sind im Internet einsehbar und somit allgemein zugänglich. Die nachstehende Tabelle führt die Preislisten, ihren Gegenstand, ihre Angabe bzgl. Verbindlichkeit und die Bezugnahme darauf in den Verträgen auf:

---

<sup>173</sup> Act. 64.

<sup>174</sup> [...].

<sup>175</sup> Act. 6, Beilage 3 (2018 Motorrad, S. 61-65), (2018 Roller, S. 65-67) und (2019, S. 67-70); act. 10, Beilage 7, S. 79-83, Beilage 8 S. 86-93, Beilage 9, S. 95-102; act. 17, Beilage 6.

**Tabelle 12: Preislisten der HAG und Bezugnahme in den Yamaha-Partner Verträgen**

Dokument	Verbindlichkeit	Bezugnahme in Verträgen mit Yamaha-Partnern
Preisliste 2018 Motorräder	«*Empfohlene Verkaufspreise» <sup>176</sup>	<b>Liefervereinbarung 2018 Yamaha-Vertretung</b> , Ziff. 2.1: «2.1 Empfohlener Verkaufspreis
Preisliste 2018 Roller	«*Empfohlene Verkaufspreise» <sup>178</sup>	Bei allen <b>empfohlenen Verkaufspreisen</b> sind die Transportkosten (u.a. LSVA) inbegriffen, jedoch nicht die Kosten für die Inbetriebnahme. [...] Die YAMAHA-Vertretung <b>verpflichtet</b> sich, <b>die Fahrzeuge</b> gemäss den YAMAHA VI Vorschriften zu präsentieren und <b>mit den aktuellen und empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften</b> .
Preisliste 2019 Motorräder und Roller	«*Empfohlene Verkaufspreise» <sup>179</sup>	Die Lieferantin behält sich das Recht vor, die empfohlenen Verkaufspreise jederzeit und ohne Vorankündigung zu ändern.» <sup>177</sup> (Hervorhebung hinzugefügt)
Preisliste 2020 Yamaha-Produkte	«*Empfohlene Verkaufspreise» <sup>180</sup>	<b>Liefervereinbarung 2018 Yamaha-Service-Stelle</b> , Ziff. 2.1, lautet gleich.
Preisliste 2021 Yamaha-Produkte	Zunächst «*Empfohlene Verkaufspreise» <sup>181</sup> , dann «Unverbindliche Preisempfehlung» <sup>182</sup>	<b>Liefervereinbarung 2021 Yamaha-Vertretung</b> , Ziff. 2.1: «2.1 Verkaufspreise (unverbindliche Preisempfehlung) Alle Verkaufspreise verstehen sich als <b>unverbindliche Preisempfehlungen</b> . [...] Die Lieferantin <b>empfiehlt</b> der Yamaha Vertretung, <b>die Fahrzeuge</b> gemäss den Yamaha VI Vorschriften zu präsentieren und <b>mit den aktuellen und unverbindlichen Verkaufspreisen zu beschriften</b> . Diese Massnahme soll dem Kunden eine transparente Kommunikation gewährleisten. Die Lieferantin behält sich das Recht vor, die unverbindlichen Preisempfehlungen (Verkaufspreise) jederzeit und ohne Vorankündigung zu ändern.» <sup>183</sup> (Hervorhebung hinzugefügt) <b>Liefervereinbarung 2021 Yamaha-Service-Stelle</b> , Ziff. 2.1, lautet gleich.

112. Die Preisliste 2019 für Motorräder und Roller enthielt am Seitenende jeweils den Hinweis «*empfohlene Verkaufspreise*» und keine ausdrückliche Bezeichnung als unverbindlich. Auf den Internetseiten der Herstellerin für die Schweiz <www.yamaha-motor.ch> und <www.yamaha-motor.eu/ch/de> waren die Fahrzeugpreise ebenfalls nicht ausdrücklich als unverbindlich gekennzeichnet. Die in der Preisliste 2020 enthaltenen Preise sind mit einer \*-Markierung als «*empfohlene*» und nicht als unverbindliche Verkaufspreise deklariert.<sup>184</sup> Gemäss Ziff. 2.1 der Liefervereinbarungen 2018 Yamaha-Partner, die sich auf die vorgenannten Preislisten der Jahr 2018 bis 2020 beziehen, verpflichteten sich die Yamaha-Partner, die Yamaha-Fahrzeuge

<sup>176</sup> Act. 6, Beilage 3 (Preisliste 2018 Motorrad), S. 63.

<sup>177</sup> Act. 6, Beilagen 2 und 4, Ziff. 2.1, S. 17 resp. 46.

<sup>178</sup> Act. 6, Beilage 3 (Preisliste 2018 Roller), S. 65.

<sup>179</sup> In der Preisliste 2019 werden die empfohlenen Verkaufspreise in einer Spalte mit dem Titel «*Preise ab\**» aufgeführt. Die Definition der Sternmarkierung lautet: «*Empfohlene Verkaufspreise inkl. 7.7 % MwSt. und CHF 180.- Nebenkosten (Transport, LSVA sowie Fahrzeugprüfungsbericht 13.20A). Beim Handel können zusätzliche Kosten für die Fahrzeugaufbereitung sowie die Zulassungsformalitäten entstehen. Preis- und Farbänderungen vorbehalten*», act. 6, Beilagen 6–8; act. 17, Beilage 6; act. 10, S. 95-102.

<sup>180</sup> Act. 83, Antwort zu Frage 2, S. 2.

<sup>181</sup> Act. 83, Beilage 7 (Preisliste 2021), S. 101-110.

<sup>182</sup> Act. 83, Beilage 7 (Preisliste 2021), S. 111-123.

<sup>183</sup> Act. 83, Beilagen 2 und 5, Ziff. 2.1, S. 17 resp. 61.

<sup>184</sup> Abrufbar unter: <www.yamaha-motor.eu/ch/de> Aktuelles > Aktuelle Preisliste (Motorräder und Roller) (22.1.2020).

mit den aktuellen und empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften (nachfolgend: **Preisanschriftsklauseln**).

113. Zu der Preisliste 2021 ist festzuhalten, dass die Fahrzeugpreise zunächst als «*empfohlene*» und später als «*unverbindliche*» Verkaufspreise gekennzeichnet waren (Rz 116). Ziff. 2.1 der revidierten Liefervereinbarungen 2021 mit den Yamaha-Partnern, die sich auf die vorgenannten Preislisten 2021 bezieht, drückt aus, dass sich alle Verkaufspreise als unverbindliche Preisempfehlungen verstehen und empfiehlt den Yamaha-Partnern, die Fahrzeuge mit den aktuellen und unverbindlichen Verkaufspreisen zu beschriften.

#### **A.3.5.1.1 Stellungnahme der HAG zur Preissetzung ihrer Yamaha-Partner**

114. Die HAG bestreitet eine Einflussnahme auf die Wiederverkaufspreise der Yamaha-Partner für Yamaha-Produkte.<sup>185</sup> Sie würde die Einhaltung der Preisempfehlungen nicht kontrollieren und verfüge auch nicht über die Möglichkeiten dazu, wie z. B. über ein zentrales Warenbewirtschaftungssystem.<sup>186</sup> Sie veröffentliche lediglich Preislisten, welche unverbindlich seien und kündigte an, die Preislisten des Jahres 2020 folgendermassen zu revidieren:

«Um eventuellen Missverständnissen vorzubeugen, wird ab der Preisliste 2020 (gültig ab 01.01.2020) sodann stets noch zusätzlich die Angabe "unverbindliche Preisempfehlung" auf der Preisliste vermerkt.»<sup>187</sup>

115. Demgegenüber ist die Preisliste 2020 am Seitenende links mit «*\*Empfohlene Verkaufspreise [...]*» und nicht als unverbindlich deklariert (Rz 112).<sup>188</sup>

116. Die HAG habe die offizielle Preisliste mit den empfohlenen Verkaufspreisen für das Jahr 2020 Mitte Januar 2020 an ihre Vertriebspartner versendet, dabei sei «*aus Versehen die in Aussicht gestellte Präzisierung noch nicht umgesetzt*» worden.<sup>189</sup> Die HAG führte dazu aus:

«Nachdem wir dieses Versehen bemerkten, haben wir umgehend eine Überarbeitung der Preislisten vorgenommen. Die online verfügbaren Preislisten 2021 [...] wurden bereits entsprechend der in Aussicht gestellten Präzisierung geändert. Bei der gedruckten Fassung erfolgt ein Nachdruck der Preislisten 2021 bis spätestens im Juni 2021. [...]»<sup>190</sup>

117. In Bezug auf die **Preisangabe in den Geschäften** führt die HAG aus, dass sie aus Gründen eines einheitlichen Auftretens den Yamaha-Partnern sogenannte Fahrzeugbeschriftungen für den Showroom zur Verfügung stelle.<sup>191</sup> Diese Fahrzeugbeschriftungen seien – identisch wie die Preislisten – mit der Angabe von unverbindlichen Preisempfehlungen versehen.<sup>192</sup> Die Kommunikation mit den Konsumenten sei offen und transparent.<sup>193</sup> Die HAG reichte mehrere Beispiele für die Preisanschrift in den Geschäften ein (vgl. nachfolgendes Beispiel).

---

<sup>185</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 4, S. 6.

<sup>186</sup> Act. 6, S. 3.

<sup>187</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 4, S. 6.

<sup>188</sup> Act. 17, Beilage 6, S. 117-124.

<sup>189</sup> Act. 83, Antwort zu Frage 2, S. 2.

<sup>190</sup> Act. 83, Antwort zu Frage 2, S. 2.

<sup>191</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 6a, S. 6.

<sup>192</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 6a, S. 6.

<sup>193</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 6a, S. 6.

Abbildung 3: Beispiel einer Preisanschrift im Geschäft

**2019**

# MT-10

Temps du moteur	4 temps, à refroidissement liquide, DACT, 4 soupapes	Yamaha Blue 
Cylindrée	998 cm <sup>3</sup>	
Puissance	118 kW / 160 ch	Ice Fluo 
Couple maxi.	111.0Nm (11.3kg-m) @ 9000 rpm	
Transmission	6 vitesses, Chaîne	
Réservoir	17 litres	
Hauteur de selle	825 mm	
Poids	210 kg	

**Prix\*** CHF 15 190.—  
Prix conseillés non contractuels, changements de prix réservés, jusqu' à nouvelle ordre

**Frais de Livraison**

**Prix final**

Leasing Exemple 37 mois<sup>1</sup> CHF 289.70  
Financement Plus 36 mois<sup>2</sup> CHF 433.95

1: Exemple de calcul: prix de vente de CHF 10'000.—. Valeur résiduelle calculée de CHF 4'500.—. 37 mensualités de CHF 190.65\* au taux d'intérêt annuel de 7,18% générant des coûts annuels de CHF 467.75 (sans l'assurance pour l'objet du leasing). Coûts totaux pour 37 mois: CHF 1'442.32. / 2: Exemple de calcul: Prix de vente CHF 10'000.—. Acompte de CHF 1'000.—, pour un montant à financer de CHF 9'000.—, ce qui donne 36 mensualités de CHF 248.35\* au taux d'intérêt annuel effectif de 8,50% générant des coûts annuels de CHF 428.25 (coûts totaux pour 36 mois: CHF 1'284.75).  
L'octroi d'un Leasing ou crédit est interdit s'il entraîne le surendettement de la consommatrice ou du consommateur (mentions légales conformes à l'art. 3 LCCD). Le prêteur est Combra Money Bank SA, Zurich. \* TVA 7,7% incluse

**YAMAHA**  
Revs Your Heart

yamaha-motor.ch

118. Hinsichtlich der **Preisangabe im Internet** seien die Händler in der Gestaltung und im Inhalt ihrer Webseite grundsätzlich frei.<sup>194</sup> Sie müssten lediglich die visuellen Richtlinien von YME respektieren (z.B. Logos, Farben etc.).<sup>195</sup> Einige Händler würden auf eigenen Wunsch und nach Rücksprache mit der HAG den direkten Link auf <www.yamaha-motor.ch> nutzen.<sup>196</sup> Die Preise auf dieser Internetseite seien als unverbindlich deklariert.<sup>197</sup>

119. Eine Überprüfung (Ende 2019) der von der HAG angegebenen Webseite <www.yamaha-motor.ch> bzw. <www.yamaha-motor.eu/ch/de> ergab, dass keine Kennzeichnung ersichtlich ist, wonach es sich bei den Fahrzeugpreisen um unverbindliche Preisempfehlungen

<sup>194</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 6b, S. 7.

<sup>195</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 6b, S. 7.

<sup>196</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 6b, S. 7.

<sup>197</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 6.

handeln würde.<sup>198</sup> Die diesbezüglichen Angaben der HAG lassen sich somit nicht bestätigen. 49 der 88 bekannten Yamaha-Partner (rund 56 %) haben auf ihrer Webseite einen direkten Link zur oben genannten Webseite. Lediglich zwei dieser Händler geben die Fahrzeugpreise auch auf ihrer eigenen Webseite an. 28 Yamaha-Partner (rund 32 %) präsentieren die Yamaha-Fahrzeuge auf ihrer eigenen Webseite mit Preisangaben.

120. Die HAG gibt ausserdem an, die Vertriebspartner dürften gegenüber Endkundinnen und Endkunden **Rabatte** auf Yamaha-Produkte gewähren.<sup>199</sup> Unter den Vertriebspartnern würde dadurch ein Preiswettbewerb stattfinden.<sup>200</sup>

### A.3.5.1.2 Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragungen zu ihrer Preissetzung

#### *Einflussnahme der HAG auf die Preissetzung der Yamaha-Partner*

121. In der durchgeführten Befragung sagen 16 von 20 Yamaha-Partnern (**80 %**), dass sie **in der Preissetzung frei** seien, wobei sechs dieser Yamaha-Partner die empfohlenen Verkaufspreise der HAG bzw. von Yamaha Suisse<sup>201</sup> als Grundlage für die Preisfestsetzung verwenden würden. Die übrigen Yamaha-Partner (20 %) verneinen diese Frage.<sup>202</sup>

122. Gemäss 16 von 20 Yamaha-Partnern (**80 %**) nimmt die HAG **keinen Einfluss** auf die Höhe der Verkaufspreise der Yamaha-Partner. Vier Yamaha-Partner (20 %) geben an, dass die HAG auf die Verkaufspreise Einfluss nehme.<sup>203</sup> Eine Yamaha-Vertretung hält hierzu fest: [dass es sowohl für die Fahrzeuge als auch für die Originalteile verbindliche Preislisten gebe].<sup>204</sup>

123. Gemäss 13 von 15 Yamaha-Partnern (**87 %**) sind die **Preisempfehlungen** der HAG **unverbindlich**. Ein Yamaha-Partner sagt hinsichtlich der Verbindlichkeit der empfohlenen Verkaufspreise *«teils/teils»*<sup>205</sup> und ein anderer gab keine eindeutige Antwort.<sup>206</sup>

124. 13 von 15 Yamaha-Partnern (**87 %**) sagen zudem, dass die **Einhaltung der Preisempfehlungen nicht kontrolliert** würde. Zwei Yamaha-Partner hingegen sagen, dass die Einhaltung kontrolliert werde und bei Nichteinhaltung Konsequenzen drohen würden. Einer dieser Yamaha-Partner gibt zudem an, dass zwecks Einhaltung der empfohlenen Verkaufspreise Anreize gewährt und Druck ausgeübt würden.<sup>207</sup> Die übrigen Yamaha-Partner verneinen die

---

<sup>198</sup> Siehe als Beispiel: <<https://www.yamaha-motor.eu/ch/de/products/motorcycles/urban-mobility/ys125/>> (16.12.2019).

<sup>199</sup> Act. 6, S. 3.

<sup>200</sup> Act. 6, S. 3; act. 10, S. 4.

<sup>201</sup> Auf der Internetseite von YME wird die HAG als Yamaha Motor Schweiz bezeichnet. Der entsprechende Link auf der Internetseite <[www.yamaha-motor.eu](http://www.yamaha-motor.eu)> leitet den Webseitenbesucher auf die Webseite der HAG weiter. Yamaha Suisse ist folglich die HAG.

<sup>202</sup> [...].

<sup>203</sup> Act. 49; act. 68; act. 59; act. 70.

<sup>204</sup> Act. 68.

<sup>205</sup> Act. 71.

<sup>206</sup> Act. 68.

<sup>207</sup> Eine Yamaha-Vertretung sagt zu allfälligen Kontrollen der Einhaltung: [dass man ermahnt würde, wenn man zu einem höheren oder tieferen Preis verkaufe, als demjenigen der Preisliste der HAG]. Auf die Fragen, wie die Kontrollen erfolgen und welche Konsequenzen ein Abweichen von den empfohlenen Verkaufspreisen habe, gibt die gleiche Yamaha-Vertretung an: [dass Kontrollen durch Vertreter der HAG erfolgen würden und dass Ermahnungen und Vertragskündigungen erfolgen würden]. Hinsichtlich Anreizen sagt diese Yamaha-Vertretung zudem: [...] und hinsichtlich Druckausübung: [dass die HAG die Preise festlege [...] und dass man wegen der geringen Margen gezwungen sei, die Preise der HAG anzuwenden]. Eine Yamaha-Service-Stelle gab an, dass die Kontrollen durch den *«Zone Manager»* der HAG erfolge und hinsichtlich allfälliger Konsequenzen hielt sie fest: [...].

Frage, ob die HAG Anreize gewähre und/oder Druck ausübe, damit die empfohlenen Verkaufspreise eingehalten werden.

#### Angaben der Yamaha-Partner zur Beschriftung der Fahrzeuge

125. Danach gefragt, wie die Yamaha-Partner die Preisanschriftsklausel (Rz 111), wonach sich die Yamaha-Partner verpflichten, die Fahrzeuge gemäss den Yamaha VI Vorschriften zu präsentieren und mit den aktuellen und empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften, verstehen und anwenden, geben 17 von 19 Yamaha-Partnern (90 %) an, die Formulierung «*mit den aktuellen und empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften*», so zu verstehen, dass sich diese auf die Preise der Preislisten bezieht. Weiter geben 12 von 19 Yamaha-Partner (63 %) an, die Bestimmung so zu verstehen, dass die Fahrzeuge mit den empfohlenen Verkaufspreisen **beschriftet** werden müssen, aber zu selbst festgelegten Verkaufspreisen verkauft werden. Sieben von 19 Yamaha-Partnern (37 %) gaben hingegen an, die Bestimmung so zu verstehen, dass die Fahrzeuge mit den empfohlenen Verkaufspreisen beschriftet werden müssen und auch zu den empfohlenen Verkaufspreisen verkauft werden. Ein Yamaha-Partner führt aus: [...].<sup>208</sup>

126. Von 19 Yamaha-Partnern geben elf (57 %) an, die Motorräder und Roller im Geschäft immer mit dem empfohlenen Verkaufspreis zu beschriften, sechs (31 %) geben an, dies meistens zu tun, einer (6 %) gibt an, dies selten zu tun und einer (6 %) gibt an, dies nie zu tun.

127. Von 18 Yamaha-Partnern geben neun an (50 %), die Motorräder und Roller auf ihrer Website immer mit dem empfohlenen Verkaufspreis zu beschriften, sieben (39 %), dies meistens zu tun und zwei (11 %), dies nie zu tun.

#### Tatsächliche Beschriftung der verkauften Fahrzeuge mit dem empfohlenen Verkaufspreis

128. Im Rahmen der **zweiten Befragung zur Preispolitik** (vgl. Rz 15) wurden die Yamaha-Partner aufgefordert, Angaben zur Preisgestaltung betreffend die zehn am häufigsten verkauften Yamaha-Fahrzeuge für das Jahr 2018 einzureichen. Insbesondere wurden die Yamaha-Partner aufgefordert, für jedes der zehn am häufigsten verkauften Modelle pro verkauftes Fahrzeug anzugeben, welches die Preisempfehlung für das Grundmodell war und mit welchem Verkaufspreis für das Grundmodell sie das Fahrzeug angeschrieben haben. In Bezug auf die angeschriebenen Verkaufspreise zeigt die nachstehende Tabelle 13, dass im Durchschnitt in rund **93 %** der Fahrzeugverkäufe das **Fahrzeug mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet** wurde.

**Tabelle 13: Beschriftung der Motorräder und Roller mit den Preisempfehlungen für die meistverkauften Modelle – Jahr 2018**

Yamaha-Modelle	Anteil, bei dem die Preisempfehlungen und der angeschriebene Verkaufspreis identisch sind [%]
[Modell 1]	[...]
[Modell 2]	[...]
[Modell 3]	[...]
[Modell 4]	[...]
[Modell 5]	[...]
[Modell 6]	[...]

<sup>208</sup> Act. 53.

Yamaha-Modelle	Anteil, bei dem die Preisempfehlungen und der angeschriebene Verkaufspreis identisch sind [%]
[Modell 7]	[...]
[Modell 8]	[...]
[Modell 9]	[...]
[Modell 10]	[...]
<b>Mittelwert:</b>	<b>93,2</b>

Quelle: Angaben Yamaha-Partner (Befragung zur Preispolitik) – Berechnungen des Sekretariats.

129. Der obigen Tabelle 13 ist zudem zu entnehmen, dass für die einzelnen Yamaha-Modelle die Spanne für eine Beschriftung der Preisschilder mit der Preisempfehlung der HAG je nach Modell von rund [...] bis zu [...] reicht. Anders ausgedrückt haben die Yamaha-Partner (im Durchschnitt über alle Modelle) in 7 % der Fahrzeugverkäufe das Fahrzeug nicht mit dem von der HAG empfohlenen Verkaufspreis beschriftet.

#### *Befolgungsgrad der Preisempfehlungen der HAG*

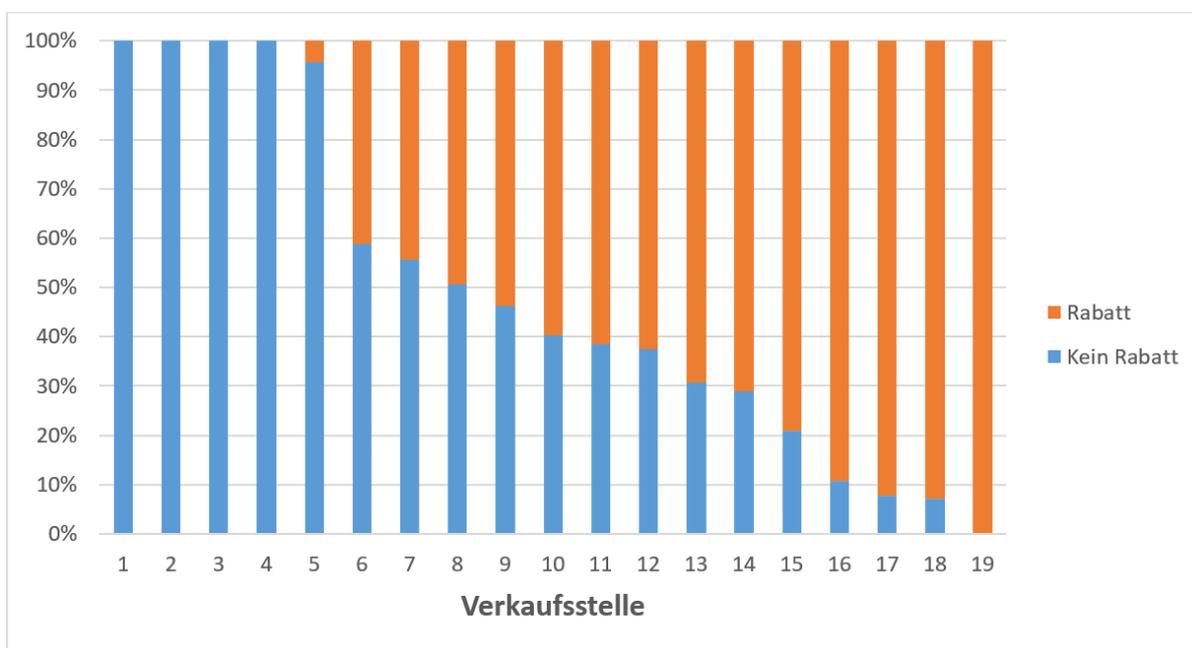
130. Zur Frage, ob bzw. wie oft die Yamaha-Partner die Preisempfehlungen beim Verkauf von Motorrädern und Rollern einhalten, geben im qualitativen Teil des Fragebogens von 19 Yamaha-Partnern neun an, diese immer einzuhalten, neun, diese meistens einzuhalten, und einer, diese nie einzuhalten. 13 von 19 Yamaha-Partnern (68 %) geben an, auf Motorräder und Roller Rabatte zu geben und sechs (32 %), dies nicht zu tun.

131. Im Rahmen der **zweiten Befragung zur Preispolitik** (Rz 15) wurden die Yamaha-Partner aufgefordert, Angaben zur Preisgestaltung betreffend die zehn am häufigsten verkauften Yamaha-Fahrzeuge für das Jahr 2018 einzureichen. Dabei wurde die Tatsache berücksichtigt, dass beim Kauf eines Motorrads oder Rollers möglicherweise auch Sonderausstattungen mitgekauft werden und dies einen Einfluss auf die Bereitschaft der Yamaha-Partner haben könnte, Rabatte zu gewähren. Vor diesem Hintergrund wurden die Yamaha-Partner aufgefordert, für jedes der zehn am häufigsten verkauften Modelle pro verkauftes Fahrzeug anzugeben (i) was die Preisempfehlung für das Grundmodell (ohne Sonderausstattungen) war, (ii) mit welchem Verkaufspreis für das Grundmodell sie das Fahrzeug angeschrieben haben, (iii) welchen Preis die Endkundin bzw. der Endkunde tatsächlich für das Fahrzeug bezahlt hat, (iv) mit welchem Verkaufspreis sie die beim Fahrzeugkauf mitgekauften Sonderausstattungen beschriftet haben, (v) welchen Preis die Endkundin bzw. der Endkunde tatsächlich für die beim Fahrzeugkauf mitgekauften Sonderausstattungen bezahlt hat und, (vi) ob beim Fahrzeugkauf noch weitere Rabatte gewährt wurden. Die nachfolgende Abbildung 4 sowie die Tabellen 14 und 15 werten die eingereichten Informationen entsprechend aus.

132. Wird der Befolgungsgrad auf Basis der Verkaufsstellen berechnet, welche sich in mehr als der Hälfte der verkauften Produkte an den empfohlenen Verkaufspreis des Fahrzeuges gehalten haben, so sieht man, dass dies bei (knapp) acht von 19 Händlern der Fall gewesen ist (vgl. Abbildung 4). Dementsprechend liegt der **Befolgungsgrad** in Bezug auf den Anteil der vorgenannten Verkaufsstellen vorliegend bei **ca. 42 %**.<sup>209</sup>

<sup>209</sup> Diese Berechnung erfolgte in Anlehnung an BGE 147 II 72, Pfizer (vgl. Rz 171).

**Abbildung 4: Anteil verkaufter Fahrzeuge mit und ohne Rabatt nach Verkaufsstelle**



Quelle: Angaben Yamaha-Partner (Befragung zur Preispolitik) – Berechnungen des Sekretariats.

133. Zusätzlich zeigt die nachfolgende Tabelle 14 den Anteil verkaufter Fahrzeuge mit Rabatt (nach Modell) im Jahr 2018. Der Tabelle 14 ist zu entnehmen, dass im Durchschnitt bei rund **60 %** der verkauften Fahrzeuge auf das Grundmodell ein **Rabatt gewährt** wurde. Für die einzelnen Modelle reicht die Spanne des Anteils der mit Rabatt verkauften Fahrzeuge von knapp [...] für das Modell [...] bis zu einem Anteil mit Rabatt von über [...] aller verkauften Fahrzeuge beim Modell [...]. Betrachtet man zusätzlich die Fahrzeuge, bei welchen auch Sonderausstattungen mitgekauft wurden, so wurde bei einem Anteil von rund **69 %** der verkauften Fahrzeuge im Durchschnitt ein **Rabatt gewährt**. Für die einzelnen Modelle reicht die Spanne des Anteils der mit Rabatt verkauften Fahrzeuge von etwa [...] beim Modell [...] bis zu einem Anteil mit Rabatt von über [...] aller verkauften Fahrzeuge beim Modell [...]. Anders ausgedrückt wurden im Durchschnitt **knapp 40 % der verkauften Fahrzeuge zum empfohlenen Verkaufspreis der HAG verkauft** und dementsprechend liegt der **Befolgungsgrad** für die **Preisempfehlung (in Bezug auf den Anteil der verkauften Fahrzeuge)** bei **unter 50 %**.

**Tabelle 14: Anteil verkaufter Fahrzeuge mit Rabatt nach Modell – Jahr 2018**

Yamaha-Modell	Anteil verkaufte Fahrzeuge mit Rabatt [%]	
	Grundmodell (ohne Sonderausstattungen)	Grundmodell (inkl. Sonderausstattung)
[Modell 1]	[...]	[...]
[Modell 2]	[...]	[...]
[Modell 3]	[...]	[...]
[Modell 4]	[...]	[...]
[Modell 5]	[...]	[...]
[Modell 6]	[...]	[...]
[Modell 7]	[...]	[...]

Yamaha-Modell	Anteil verkaufte Fahrzeuge mit Rabatt [%]	
	Grundmodell (ohne Sonderausstattungen)	Grundmodell (inkl. Sonderausstattung)
[Modell 8]	[...]	[...]
[Modell 9]	[...]	[...]
[Modell 10]	[...]	[...]
<b>Durchschnitt:</b>	<b>60,4</b>	<b>69,0</b>

Quelle: Angaben Yamaha-Partner (Befragung zur Preispolitik) – Berechnungen des Sekretariats.

134. Um den **Umfang der gewährten Rabatte** abzuschätzen, wurden die Yamaha-Partner zusätzlich aufgefordert, Angaben zur konkreten Höhe der gewährten Rabatte in CHF einzureichen. Dies für jedes verkaufte Fahrzeug aufgeschlüsselt in den Rabatt für das Grundmodell ohne Sonderausstattungen sowie zusätzlich für das Grundmodell inkl. Sonderausstattungen. Die nachfolgende Tabelle 15 gibt diese Rabatte in Prozent ausgehend vom empfohlenen Verkaufspreis der HAG an. In Bezug auf den empfohlenen Verkaufspreis für das Grundmodell ohne Sonderausstattungen wurde für alle verkauften Modelle im Durchschnitt ein Rabatt von [...] gewährt, dies in einer Spanne je nach Modell von durchschnittlich [...] bis zu durchschnittlich [...]. Im Durchschnitt wurde für die einzelnen Modelle ein minimaler Rabatt von [...], dies in einer Spanne je nach Modell von durchschnittlich [...] bis zu durchschnittlich [...], gegeben und der durchschnittliche maximale Rabatt wurde mit [...] angegeben, dies in einer Spanne je nach Modell von durchschnittlich [...] bis zu durchschnittlich [...]. Zusammenfassend wurde im Durchschnitt auf alle verkauften Fahrzeuge auf das **Grundmodell ein Rabatt von durchschnittlich [...] gewährt.**

**Tabelle 15: Tatsächlich gewährte Rabatte auf die Preisempfehlung nach Modell – Jahr 2018**

Yamaha-Modell	Rabatte in [%]		
	Minimum	Maximum	Durchschnitt
<b>Rabatt auf das Grundmodell (ohne Sonderausstattungen)</b>			
[Modell 1]	[...]	[...]	[...]
[Modell 2]	[...]	[...]	[...]
[Modell 3]	[...]	[...]	[...]
[Modell 4]	[...]	[...]	[...]
[Modell 5]	[...]	[...]	[...]
[Modell 6]	[...]	[...]	[...]
[Modell 7]	[...]	[...]	[...]
[Modell 8]	[...]	[...]	[...]
[Modell 9]	[...]	[...]	[...]
[Modell 10]	[...]	[...]	[...]
<b>Durchschnittlicher Rabatt</b>	[...]	[...]	[...]

Yamaha-Modell	Rabatte in [%]		
	Minimum	Maximum	Durchschnitt
<b>Rabatt auf das Grundmodell (inklusive Sonderausstattungen)</b>			
[Modell 1]	[...]	[...]	[...]
[Modell 2]	[...]	[...]	[...]
[Modell 3]	[...]	[...]	[...]
[Modell 4]	[...]	[...]	[...]
[Modell 5]	[...]	[...]	[...]
[Modell 6]	[...]	[...]	[...]
[Modell 7]	[...]	[...]	[...]
[Modell 8]	[...]	[...]	[...]
[Modell 9]	[...]	[...]	[...]
[Modell 10]	[...]	[...]	[...]
<b>Durchschnittlicher Rabatt</b>	[...]	[...]	[...]

Quelle: Angaben Yamaha-Partner (Befragung zur Preispolitik) – Berechnungen des Sekretariats.

135. Der obigen Tabelle 15 sind zudem die gewährten Rabatte für verkaufte Fahrzeuge mit Sonderausstattungen in Prozent zum empfohlenen Verkaufspreis (für das Grundmodell inkl. Sonderausstattungen) zu entnehmen. In Bezug auf das Grundmodell mit Sonderausstattungen wurde für alle verkauften Modelle im Durchschnitt ein Rabatt von [...] gewährt, dies in einer Spanne je nach Modell von durchschnittlich [...] bis zu durchschnittlich [...]. Im Durchschnitt wurde für die einzelnen Modelle ein minimaler Rabatt von [...], dies in einer Spanne je nach Modell von durchschnittlich [...] bis zu durchschnittlich [...], gegeben und der durchschnittliche maximale Rabatt wurde mit [...] angegeben, dies in einer Spanne je nach Modell von durchschnittlich [...] bis zu durchschnittlich [...]. Zusammenfassend wurde im Durchschnitt auf alle verkauften Fahrzeuge auf das **Grundmodell inkl. Sonderausstattung ein Rabatt von durchschnittlich [...] gewährt**. Darüber hinaus gaben die Yamaha-Partner an, dass bei durchschnittlich 28 % der Verkäufe «weitere Rabatte» je nach Modell gewährt worden seien.

136. Davon ausgehend, dass die Yamaha-Partner die Fahrzeuge (im Grundmodell) zum empfohlenen Verkaufspreis verkaufen, würden sie eine Bruttomarge von [...] % erzielen.<sup>210</sup> Ein gewährter Rabatt von [...] repräsentiert somit einen Anteil von ca. [10-20] % an der Bruttomarge. Bezogen auf die **Fahrzeugverkäufe mit gewährtem Rabatt** (vorliegend ca. 60 %; vgl. Rz 133) beträgt der **durchschnittliche Rabatt** [...]. Dies repräsentiert somit einen **Anteil von ca. [20-30] % an der Bruttomarge** der Yamaha-Partner. Dies bedeutet, dass z. B. beim Verkauf eines Fahrzeuges, welches CHF 10'000 kostet, dem Yamaha-Partner bei einer Bruttomarge von ca. [...], CHF [...] zukommen. Gewährt der Yamaha-Partner der Endkundin oder dem Endkunden einen Rabatt von [...], also von CHF [...], so beträgt seine Bruttomarge noch CHF [...]. Der gewährte Rabatt stellt also einen Anteil von [20-30] % an der Bruttomarge des Yamaha-Partners dar.

<sup>210</sup> Act. 70.

### A.3.5.1.3 Zwischenfazit zur Preissetzung der Yamaha-Partner betreffend Motorräder und Roller

137. Zusammenfassend ist bezüglich der **Preissetzung betreffend Motorräder und Roller** festzuhalten, dass die HAG den Yamaha-Partnern jährlich Preislisten für die Yamaha-Fahrzeuge kommunizierte, die Preislisten im Internet einsehbar und damit allgemein zugänglich waren und sind, die in den Preislisten enthaltenen Preise nicht mit «unverbindlich», sondern lediglich mit «*empfohlene Verkaufspreise*» bezeichnet waren (Rz 111) und die HAG den Yamaha-Partnern Preisanschriften zur Verfügung stellte (Rz 117). Die Verträge 2017/2018 enthielten zudem Preisanschriftsklauseln, wonach die Yamaha-Partner verpflichtet waren, die Fahrzeuge «*mit den aktuellen und empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften*» (Rz 111).

138. Die Mehrheit der Yamaha-Partner gibt an, in der Preissetzung frei zu sein (Rz 121 ff.) und die Fahrzeuge mit dem empfohlenen Verkaufspreis zu beschriften (Rz 125 ff.). Der quantitative Teil der Yamaha-Partner-Befragungen hat ergeben, dass rund 93 % der verkauften Fahrzeuge mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet wurden (vgl. Rz 128), ca. 42 % der Verkaufsstellen mindestens die Hälfte der Fahrzeuge zum empfohlenen Verkaufspreis verkauften (vgl. Rz 132 bzw. Abbildung 4) und knapp 40 % (Grundmodell) bzw. 31 % (Grundmodell mit Sonderausstattung) der verkauften Fahrzeuge zum empfohlenen Verkaufspreis der HAG verkauft wurden (vgl. Rz 133). Der Umfang der gewährten Rabatte stellt durchschnittlich einen Anteil von ca. [10-20]% der Bruttomarge der Yamaha-Partner dar.

### A.3.5.2 Margen und Sonderrabatte

139. Die Liefervereinbarungen der Yamaha-Partner halten zu Margen und Rabatten fest:

**Tabelle 16: Rabattstrukturklausel der Liefervereinbarungen der HAG mit den Yamaha-Partnern**

2018 Liefervereinbarung Yamaha-Partner	2021 Liefervereinbarung Yamaha-Partner
Die *-Markierung in Ziff. 2.2 lautet:[...] <sup>211</sup>	Die *-Markierung in Ziff. 2.2 lautet: [...] <sup>212</sup>

140. Die \*-Markierung zur Ziff. 2.2 der Liefervereinbarung 2018 Yamaha-Partner sieht vor, dass eine Margenreduktion von [...] % der Yamaha-Service-Stelle nicht weitergegeben werden darf. Die entsprechende Bestimmung der Liefervereinbarung 2021 enthält diese Pflicht nicht mehr und es handelt es sich im Übrigen um eine vertragliche «Kann»-Vorschrift.

141. Die Liefervereinbarungen der Yamaha-Vertretungen sehen einen Fahrlehrerrabatt vor:

**Tabelle 17: Fahrlehrerrabattklausel der Liefervereinbarungen der HAG mit den Yamaha-Vertretungen**

2018 Liefervereinbarung Yamaha-Vertretung	2021 Liefervereinbarung Yamaha-Vertretung
[...] <sup>213</sup>	[...] <sup>214</sup>

142. Nach Ziff. 2.17 der Liefervereinbarung 2018 Yamaha-Vertretung, beträgt der Nachlass auf Fahrlehrerfahrzeuge [...] % vom Endkundenpreis exkl. MwSt. und die Beteiligung der HAG und der Yamaha-Vertretung beträgt je [...] % vom Endkundenpreis exkl. MwSt. Die Liefervereinbarungen 2021 beziehen sich nicht mehr auf [...] % vom Endkundenpreis.

<sup>211</sup> Act. 6, Beilagen 2 und 4, Ziff. 2.2.

<sup>212</sup> Act. 83, Beilagen 2 und 5, Ziff. 2.2, S. 17 resp. 61.

<sup>213</sup> Act. 6, Beilage 2, Ziff. 2.17.

<sup>214</sup> Act. 83, Beilagen 2 und 5, Ziff. 2.16 resp. 2.13, S. 21 resp. 64.

### A.3.5.2.1 Stellungnahme der HAG zu Margen und Sonderrabatten

143. Hinsichtlich der \*-Markierung in Ziff. 2.2 der Liefervereinbarung 2018 Yamaha-Partner, gibt die HAG an, dass diese Klausel nur das Vertragsverhältnis zwischen der HAG, der Yamaha-Vertretung und der Yamaha-Service-Stelle regle.<sup>215</sup> Die Anmerkung, wonach die Margenreduktion von [...] % nicht der Yamaha Service-Stelle weitergegeben werden darf, bedeute, dass die Yamaha Vertretung gegenüber der Yamaha Service-Stelle für ihre Umtriebe lediglich einen Pauschalbetrag von CHF [...] in Rechnung stellen darf und nicht eine Margenreduktion von [...] %.<sup>216</sup> Zweck sei es, der Yamaha-Vertretung eine Mindestmarge von CHF [...] zu garantieren, wenn eine Yamaha-Service-Stelle bei dieser einen Yamaha-Roller beziehe.<sup>217</sup> Zur Vertragsanpassung führt die HAG aus: «*Wir sind nun aber übereingekommen, dass der Wortlaut "darf nicht weitergegeben werden" unglücklich gewählt ist*».<sup>218</sup>

144. Zur Fahrlehrerrabattklausel gibt die HAG an, sie gewähre den Yamaha-Partnern bei Fahrlehrerfahrzeugen einen zusätzlichen Rabatt von [...] %; diese [...] % würden ausschliesslich der Beteiligung der HAG entsprechen.<sup>219</sup> Es stehe den Yamaha-Partnern darüber hinaus völlig frei, einen Rabatt von mehr oder weniger als [...] % zu gewähren.<sup>220</sup> Dieses System sei in der Praxis auch so angewandt worden.<sup>221</sup> Zur Vertragsanpassung führt die HAG aus:

[...] <sup>222</sup>

145. Letztendlich stehe es dem Endverbraucher somit weiterhin frei, den Händler zu wählen, von dem er den besten Preis oder Service bekommt.<sup>223</sup>

### A.3.5.2.2 Ergebnis der Yamaha-Partner-Befragung zu Margen und Sonderrabatten

146. Fünf von neun der befragten Yamaha-Vertretungen geben an, dass ihnen mindestens eine Yamaha-Service-Stelle zugewiesen sei. Drei dieser fünf Yamaha-Vertretungen verneinen die Frage, ob sie den Verkaufspreis für Yamaha-Fahrzeuge gegenüber der bzw. den Yamaha-Service-Stelle(n) selber festlegen dürfen.<sup>224</sup> Zur Frage, wie die Vertragsbestimmung gelebt würde, geben zwei Yamaha-Vertretungen an, dass CHF [...] für den Aufwand der Yamaha-Vertretung beim Fahrzeugverkauf an eine Yamaha-Service-Stelle berechnet würden.<sup>225</sup>

147. Sieben von neun Yamaha-Vertretungen (78 %) gaben an, sich in der Festlegung der **Rabathöhe für Fahrlehrerfahrzeuge** als frei zu erachten. Zwei von neun Yamaha-Vertretungen (22 %) sagen «Nein» und führen aus: [...] <sup>226</sup> bzw. [...] <sup>227</sup>

### A.3.5.2.3 Zwischenfazit zu Margen und Sonderrabatten

148. Zusammenfassend ist bezüglich der **Margen** festzuhalten, dass beim Verbot der Weitergabe der Margenreduktion von [...] % gestützt auf den Vertragswortlaut und die Angaben der befragten Marktteilnehmer unklar ist, ob es sich um einen Höchstpreis oder um einen kar-

---

<sup>215</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 9, S. 8.

<sup>216</sup> Act. 6, S. 2.

<sup>217</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 9, S. 8.

<sup>218</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 9, S. 8.

<sup>219</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 10, S. 8.

<sup>220</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 10, S. 8.

<sup>221</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 10, S. 8.

<sup>222</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 10, S. 8.

<sup>223</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 10, S. 8.

<sup>224</sup> Act. 66; act. 55; act. 59.

<sup>225</sup> Act. 55; act. 66.

<sup>226</sup> Act. 66.

<sup>227</sup> Act. 68.

tellrechtlich problematischen Mindestpreis in Form eines Verbots der Weitergabe von Rabatten handelt. Da die Klausel mittlerweile geändert worden ist, wird die Klausel nicht weiter analysiert.

149. Die Fahrlehrerrabattklausel wurde dahingehend präzisiert, dass die Yamaha-Vertretungen, zusätzlich zum **Rabatt**, den die HAG auf Fahrlehrerfahrzeuge gewährt, in der Gewährung weiterer Rabatte frei sind. Die Mehrheit der Yamaha-Vertretungen erachten sich in der Festlegung der Rabatthöhe für Fahrlehrerfahrzeuge als frei. Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung, dass die HAG die Fahrlehrerrabattklausel angepasst hat, wird die Klausel nicht weiter analysiert.

### A.3.5.3 Zwischenfazit zur Preisgestaltung betreffend Motorräder und Roller

150. In Bezug auf die **Preisgestaltung** ist erstens zur **Preissetzung betreffend Motorräder und Roller** festzuhalten, dass die HAG den Yamaha-Partnern jährlich Preislisten für die Yamaha-Fahrzeuge kommunizierte, die Preislisten im Internet einsehbar und damit allgemein zugänglich waren und sind, die in den Preislisten enthaltenen Preise nicht mit «unverbindlich», sondern lediglich mit «*empfohlene Verkaufspreise*» bezeichnet waren (Rz 111) und die HAG den Yamaha-Partnern Preisanschriften zur Verfügung stellte (Rz 117). Die Verträge 2017/2018 enthielten zudem Preisanschriftsklauseln, wonach die Yamaha-Partner verpflichtet waren, die Fahrzeuge «*mit den aktuellen und empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften*» (Rz 111). Die Mehrheit der Yamaha-Partner gibt an, in der Preissetzung frei zu sein (Rz 121 ff.) und die Fahrzeuge mit dem empfohlenen Verkaufspreis zu beschriften (Rz 125 ff.). Der quantitative Teil der Yamaha-Partner-Befragungen hat ergeben, dass rund 93 % der verkauften Fahrzeuge mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet wurden (vgl. Rz 128), ca. 42 % der Verkaufsstellen mindestens die Hälfte der Fahrzeuge zum empfohlenen Verkaufspreis verkauften (vgl. Rz 132 bzw. Abbildung 4) und knapp 40 % (Fahrzeug im Grundmodell) bzw. 31 % (Fahrzeug inkl. Sonderausstattungen) der verkauften Fahrzeuge zum empfohlenen Verkaufspreis der HAG verkauft wurden (vgl. Rz 133). Der **Befolgungsgrad der Preisempfehlungen der HAG** liegt somit **unter 50 %**. Der Umfang der gewährten Rabatte stellt durchschnittlich einen Anteil von ca. [10-20]% an der Bruttomarge der Yamaha-Partner dar. Die HAG hat dem Sekretariat zugesichert, die Anregungen bezüglich der Preisgestaltung umzusetzen (Rz 19).

151. Zweitens ist bezüglich **Margen und Sonderrabatten** festzuhalten, dass beim Verbot der Weitergabe der Margenreduktion von [...] % gestützt auf den Vertragswortlaut und die Angaben der befragten Marktteilnehmer unklar ist, ob es sich um einen Höchstpreis oder um einen kartellrechtlich problematischen Mindestpreis in Form eines Verbots der Weitergabe von Rabatten handelt. Da die Klausel mittlerweile geändert worden ist, wird die Klausel nicht weiter analysiert. Die Fahrlehrerrabattklausel wurde dahingehend präzisiert, dass die Yamaha-Vertretungen zusätzlich zum **Rabatt**, den die HAG auf Fahrlehrerfahrzeuge gewährt in der Gewährung weiterer Rabatte frei sind. Die Mehrheit der Yamaha-Vertretungen erachten sich in der Festlegung der Rabatthöhe für Fahrlehrerfahrzeuge als frei. Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung, dass die HAG die Fahrlehrerrabattklausel angepasst hat, wird die Klausel nicht weiter analysiert.

## A.4 Zusammenfassung

152. In Bezug auf **Parallel- und Direktimporte** ist erstens festzuhalten, dass mit der **Alleinbezugsverpflichtung** der Verträge 2017/2018 die Schweizer Yamaha-Vertretungen verpflichtet waren, die Yamaha-Produkte ausschliesslich bei der Schweizer Generalimporteurin (der HAG), zu beziehen (Rz 41 ff.). Sie haben sich damit indirekt verpflichtet, **Parallelimporte** sowie den Bezug von Yamaha-Produkten im Ausland zu unterlassen. Dies könnte zum indirekten Ausschluss von passiven Verkäufen durch ausländische Händler an Schweizer Händler geführt haben. Gleiches gilt für die Verpflichtung der Yamaha-Service-Stellen, Vertragsprodukte nur von der HAG und insbesondere Yamaha-Fahrzeuge nur von den ihnen zugewiesenen

Yamaha-Vertretungen zu beziehen (Rz 44 ff.). Gegen eine strikte Alleinbezugsverpflichtung und für die Möglichkeit von Parallelimporten sprechen demgegenüber Ziff. 4.21 resp. 4.19 der Liefervereinbarungen der Yamaha-Partner, die Parallelimporte vorsehen (Rz 47). Die Mehrheit der befragten Yamaha-Partner gibt an, sich nicht darin beschränkt zu sehen, Yamaha-Produkte aus dem Ausland zu beziehen (Rz 58). Lediglich ein Yamaha-Partner gibt jedoch an, tatsächlich Fahrzeuge parallel zu importieren (Rz 58). Die geringe Anzahl parallel- und direktimportierter Yamaha-Fahrzeuge im Jahr 2018 (0,6 % aller Fahrzeuge) (Rz 53) zeigt, dass beinahe keine Importe getätigt wurden. Die HAG hat den Wortlaut der Alleinbezugs Klauseln in ihren revidierten Verträgen 2021 nur geringfügig geändert. Der neue Wortlaut für sich allein suggeriert weiterhin eine Alleinbezugsverpflichtung. Die HAG hat dem Sekretariat allerdings zugesichert, die diesbezügliche Anregung umzusetzen (Rz 19). Mit der Umsetzung der Anregung wird der Widerspruch zwischen den Vertragsklauseln wegfallen.

153. Zweitens liegen **Garantiebeschränkungen** vor, die Parallel- und/oder Direktimporte indirekt behindern könnten. [...]. Den vertraglichen **Garantieausschluss** beim Einbauen von Ersatzteilen fremder Herkunft (Rz 75) sowie die vertragliche Verpflichtung der Yamaha-Partner, **nur Yamaha-Originalersatzteile zu verwenden** und zu **verkaufen** (Rz 77), hat die HAG bereits aus den Verträgen gestrichen.

154. In Bezug auf die **Belieferung spezifischer Kundengruppen** ist erstens festzuhalten, dass die Verträge 2017 dem Wortlaut nach den Yamaha-Vertretungen untersagten, **Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe** zu verkaufen. Die revidierten Verträge 2021 behalten der HAG die Belieferung von Behörden, Handelsbetrieben und Flottenbetreibern mit technisch modifizierten Fahrzeugen vor (Rz 107). Die HAG erklärt, dass es den Yamaha-Partnern nicht untersagt sei, Standardfahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe oder Flottenbetreiber zu liefern und die Klausel dazu missverständlich formuliert sei. Die Mehrheit der Yamaha-Partner gibt an, technisch unveränderte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen.

155. Zweitens besteht weiterhin ein vertraglicher Vorbehalt der HAG, als einzige Anbieterin **technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber** zu verkaufen. Die HAG erklärt dazu, dass die betroffenen Fahrzeuge zwingend von YMC abgenommen werden müssten, wofür Yamaha strenge Richtlinien vorgebe und den Yamaha-Partnern die Ausrüstung fehlen würde. Drei Yamaha-Partner geben an, technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe oder Flottenbetreiber verkauft zu haben. 15 Yamaha-Partner geben an, dies nicht zu tun und die Mehrheit davon gibt an, auch kein Interesse daran zu haben (Rz 105). Vier Yamaha-Partner geben schliesslich an, aufgrund fehlender Kapazitäten keine technisch modifizierten Fahrzeuge zu verkaufen (Rz 105).

156. In Bezug auf die **Preisgestaltung** ist zur **Preissetzung betreffend Motorräder und Roller** festzuhalten, dass die HAG den Yamaha-Partnern jährlich (allgemein zugängliche) Preislisten für die Yamaha-Fahrzeuge kommunizierte, die in den Preislisten enthaltenen empfohlenen Verkaufspreise nicht ausdrücklich als unverbindlich gekennzeichnet waren (Rz 111), die HAG den Yamaha-Partnern Preisanschriften zur Verfügung stellte (Rz 117) und die Verträge 2017/2018 Preisanschriftsklauseln enthielten, wonach die Yamaha-Partner verpflichtet waren, die Fahrzeuge *«mit den aktuellen und empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften»* (Rz 111). Die Mehrheit der Yamaha-Partner gibt an, in der Preissetzung frei zu sein (Rz 121 ff.) und die Fahrzeuge mit dem empfohlenen Verkaufspreis zu beschriften (Rz 125 ff.). Die Yamaha-Partner-Befragung zur Preispolitik hat ergeben, dass rund 93 % der verkauften Fahrzeuge mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet wurden (Rz 128), ca. 42 % der Verkaufsstellen mindestens die Hälfte der Fahrzeuge zum empfohlenen Verkaufspreis verkauften (Rz 132 bzw. Abbildung 4) und knapp 40 % resp. 31 % der verkauften Fahrzeuge im Grundmodell resp. mit Sonderausstattungen zum empfohlenen Verkaufspreis der HAG verkauft wurden (Rz 133). Der Umfang der gewährten Rabatte stellt durchschnittlich einen Anteil von ca. [10-20]% an der Bruttomarge der Yamaha-Partner dar. Die HAG hat dem Sekretariat zugesichert, die Anregungen bezüglich der Preisgestaltung umzusetzen (Rz 19).

157. Im nächsten Teil wird geprüft, ob Anhaltspunkte für nachfolgende Abreden bestehen:

- vertikale Preisabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern bezüglich Motorrädern und Rollern aufgrund der von der HAG abgegebenen Preislisten und der Verpflichtung der Yamaha-Partner, bis im Jahr 2021 die Motorräder und Roller mit den Preisen der HAG zu beschriften sowie der weiteren vorliegenden Elemente (Rz 201 ff.);
- vertikale Gebietsschutzabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG aufgrund (i) der Vertragsbestimmungen, die eine Alleinbezugsverpflichtung der Yamaha-Partner für die Vertragsprodukte vorsehen, und (ii) der Vertragsbestimmungen, die die Garantieleistungen der HAG gegenüber den Yamaha-Partnern auf von der HAG importierte Fahrzeuge und Originalersatzteile beschränken (Rz 208 ff.);
- horizontale Kundenabreden nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG aufgrund (i) der Vertragsklauseln, die es den Yamaha-Vertretungen untersagen, Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen und (ii) der Vertragsbestimmungen, die eine alleinige Verkaufsberechtigung technisch modifizierter Fahrzeuge zugunsten der HAG vorsehen (Rz 218 ff.);
- Wettbewerbsverbote nach Art. 5 Abs. 1 KG i. V. m. Ziff. 12 Abs. 2 lit. f VertBek aufgrund (i) der Garantiausschlussklauseln im Fall des Einbaus von Ersatzteilen fremder Herkunft sowie (ii) der vertraglichen Verpflichtung der Yamaha-Partner, nur Yamaha-Originalersatzteile zu verwenden und zu verkaufen (Rz 265 ff.).

## **B Erwägungen**

### **B.1 Geltungsbereich**

158. Das Kartellgesetz (KG) gilt für Unternehmen des privaten und öffentlichen Rechts, die Kartell- oder andere Wettbewerbsabreden treffen, Marktmacht ausüben oder sich an Unternehmenszusammenschlüssen beteiligen (Art. 2 Abs. 1 KG). Als Unternehmen gelten sämtliche Nachfrager oder Anbieter von Gütern und Dienstleistungen im Wirtschaftsprozess, unabhängig von ihrer Rechts- oder Organisationsform (Art. 2 Abs. 1<sup>bis</sup> KG).

159. Die HAG und ihre Vertriebspartner sind als Unternehmen i. S. v. Art. 2 Abs. 1<sup>bis</sup> KG zu qualifizieren. Die hostettler group dürfte zudem einen Konzern darstellen und als Ganzes als Unternehmen i. S. v. Art. 2 Abs. 1<sup>bis</sup> KG qualifiziert werden.

### **B.2 Vorbehaltene Vorschriften**

160. Dem KG 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). Ebenfalls nicht unter das Gesetz fallen Wettbewerbswirkungen, die sich ausschliesslich aus der Gesetzgebung über das geistige Eigentum ergeben (Art. 3 Abs. 2 KG).

161. In den hier zu beurteilenden Märkten gibt es keine Vorschriften, die Wettbewerb nicht zulassen. Der Vorbehalt von Art. 3 Abs. 1 und 2 KG wird auch nicht geltend gemacht.

### **B.3 Wettbewerbsabreden**

162. Laut 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.

163. 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). Eine **Wettbewerbsabrede i. S. v. Art. 4 Abs. 1 KG** definiert sich daher durch folgende Tatbestandselemente: a) ein bewusstes und gewolltes Zusammenwirken der an der Abrede beteiligten Unternehmen (Verhaltenskoordination) und b) die Abrede bezweckt oder bewirkt eine Wettbewerbsbeschränkung.<sup>228</sup>

164. Im Folgenden wird geprüft, ob eine Wettbewerbsabrede nach Art. 4 Abs. 1 KG vorliegt, d. h. eine Verhaltenskoordination (B.3.1), die eine Wettbewerbsbeschränkung bezweckt oder bewirkt (B.3.2) durch Unternehmen gleicher oder verschiedener Marktstufen (B.3.3).

### B.3.1 Verhaltenskoordination

165. Die Verhaltenskoordination umfasst, als Oberbegriff, die Vereinbarung und die aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen.<sup>229</sup>

166. Eine **Vereinbarung** definiert sich durch folgende Tatbestandselemente:

- Bewusstes und gewolltes Zusammenwirken zwischen zwei oder mehreren wirtschaftlich voneinander unabhängigen Unternehmen, die kooperieren und so bewusst und gewollt auf die individuelle Festlegung der eigenen Wettbewerbsposition verzichten.<sup>230</sup>
- Die rechtliche oder tatsächliche Form des Zusammenwirkens und die Durchsetzungsmöglichkeit sind unerheblich.<sup>231</sup> Eine formelle vertragliche Grundlage des bewussten und gewollten Zusammenwirkens ist nicht notwendig.<sup>232</sup>

167. Die Verträge zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern enthalten Klauseln zum Alleinbezug und zu Garantieleistungen, sahen bis im Jahr 2021 ein Verbot der Yamaha-Vertretungen vor, Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen, und sehen eine alleinige Verkaufsberechtigung der HAG für technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber vor. Mit den Verträgen liegen Vereinbarungen vor. Die bis im Jahr 2021 geltende vertragliche Verpflichtung der Yamaha-Partner, die Motorräder und Roller mit den empfohlenen Preisen zu beschriften und die ab dem Jahr 2021 vertragliche Empfehlung, die Motorräder und Roller mit den empfohlenen Preisen zu beschriften, sind ebenfalls Vereinbarungen.

168. Das Bundesgericht definiert im *Pfizer-Urteil* **aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen** durch folgende Tatbestandselemente, wobei es die Notwendigkeit einer wertenden **Gesamtbetrachtung** hervorhebt<sup>233</sup>:

- Erstens, eine **Abstimmung** unter den Marktteilnehmern bezüglich ihres zukünftigen Verhaltens, die auf der Verwertung von Informationen beruht, die unter normalen

---

<sup>228</sup> BGE 147 II 72, 76 E. 3.1, *Pfizer*. Siehe auch BVGer B-8430/2010 vom 23.9.2014, E. 6.3, *Paul Koch AG/WEKO*.

<sup>229</sup> BGE 147 II 72, 76 E. 3.1, *Pfizer*.

<sup>230</sup> BVGer B-8430/2010 vom 23.9.2014, E. 6.3.1.13, *Paul Koch AG/WEKO*; BVGer B-8399/2010 vom 23.9.2014, E. 5.3.1.1.20, *Siegenia-Aubi AG/WEKO*; BVGer B-506/2010 vom 19.12.2013, E. 3.2.2, *Gaba/WEKO*; BVGer B-463/2010 vom 19.12.2013, E. 3.2.4, *Gebro/WEKO*. BGE 147 II 72, 77 f. E. 3.2 f., *Pfizer*. Siehe auch BGE 147 II 72, 78 E. 3.3, *Pfizer*: «Der Bindungswille grenzt die Vereinbarungen von den abgestimmten Verhaltensweisen und von Verhaltensweisen ab, welche keine Abrede bilden».

<sup>231</sup> BVGer B-506/2010 vom 19.12.2013, E. 3.2.2, *Gaba/WEKO*; BVGer B-463/2010 vom 19.12.2013, E. 3.2.4, *Gebro/WEKO*.

<sup>232</sup> Siehe dazu etwa RPW 2009/3, 204 Rz 49, *Elektroinstallationsbetriebe Bern*; ferner THOMAS NYDEGGER/WERNER NADIG, in: Basler Kommentar, Kartellgesetz, Art. 4 Abs. 1 KG N 78 und 81.

<sup>233</sup> BGE 147 II 72, 88 f. E. 4.5.1, *Pfizer*.

Marktbedingungen nicht ohne weiteres zugänglich, sondern nur aufgrund eines bewussten Informationsaustausches unter den Marktteilnehmern verfügbar sind. Es geht dabei um Informationen, welche die zukünftige Marktstrategie der Wettbewerber betreffen bzw. Rückschlüsse auf Preise, Umsätze, Produktentwicklung etc. zulassen<sup>234</sup>; oder ein einseitiges Informationsverhalten eines Unternehmens, wenn davon ausgegangen werden kann, dass Wettbewerber ihr Marktverhalten entsprechend anpassen.<sup>235</sup>

- Zweitens, ein **Abstimmungserfolg**, d. h. im Allgemeinen die Umsetzung der Abstimmung, namentlich, dass sich die Unternehmen auf dem Markt entsprechend dieser Abstimmung verhalten.<sup>236</sup> Wenn aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen vorliegen, ist separat zu prüfen, ob dieses Verhalten eine Wettbewerbsbeschränkung bezweckt oder bewirkt.<sup>237</sup> Im Zusammenhang mit Preisempfehlungen hielt das Bundesgericht im *Pfizer*-Urteil in Bezug auf den Einzelfall fest, dass sich der Abstimmungserfolg auf deren Befolgung bezieht, wobei der Befolgungsgrad entscheidend ist.<sup>238</sup> Bei der Frage, ob und gegebenenfalls zwischen welchen Unternehmen eine abgestimmte Verhaltensweise nach Art. 4 Abs. 1 KG stattgefunden hat, wurde die Anzahl Verkaufsstellen, welche die Preisempfehlung anwenden ermittelt (**erster Befolgungsgrad**).<sup>239</sup> Im Zusammenhang mit Preisabreden und Preisempfehlungen ist die von der jeweiligen Verkaufsstelle verfolgte Preispolitik entscheidend und somit die Tatsache, ob der Preis von der Verkaufsstelle im Rahmen ihrer Strategie von der Empfehlung abweichend festgesetzt wird oder nicht.<sup>240</sup> Eine Verkaufsstelle, die Rabatte nur punktuell und nicht generell gewährte, galt dabei als die Preisempfehlung befolgend.<sup>241</sup> Im *Pfizer*-Fall hielt das Bundesgericht fest, dass die Befolungsrate weit über dem vielfach explizit und implizit geforderten Befolgungsgrad von 50 % lag und insofern ein der Abstimmung entsprechendes Marktverhalten gegeben war.<sup>242</sup>
- Drittens, ein **Kausalzusammenhang** zwischen der Abstimmung und dem Marktverhalten.<sup>243</sup> Das Bundesgericht erkennt in diesem Zusammenhang zwei Beweiserleichterungen an.<sup>244</sup> Nach der ersten Beweiserleichterung gilt bei nachgewiesener Abstimmung die widerlegbare Vermutung, dass die beteiligten Unternehmen die ausgetauschten Informationen bei der Festlegung ihres Marktverhaltens auch berücksichtigt haben.<sup>245</sup> Die zweite Beweiserleichterung besagt, dass Gleichverhalten zwischen den Verkaufsstellen als Indiz für ein abgestimmtes Verhalten dient.<sup>246</sup> Gleichverhalten wird dann zu einem Beweis, wenn es zu Wettbewerbsbedingungen führt, die im Hinblick auf die Art der Waren, die Bedeutung und Anzahl der beteiligten Unternehmen sowie den Umfang des in Betracht kommenden Marktes nicht den normalen Marktbedingungen entsprechen.<sup>247</sup>

---

<sup>234</sup> BGE 147 II 72, 79 f. E. 3.4.2.1, 3.4.2.2, *Pfizer*.

<sup>235</sup> BGE 147 II 72, 81 E. 3.4.2.3, *Pfizer*.

<sup>236</sup> BGE 147 II 72, 81 E. 3.4.3 *Pfizer*.

<sup>237</sup> BGE 147 II 72, 81 E. 3.4.3 *Pfizer*.

<sup>238</sup> BGE 147 II 72, 93 E. 5.3.1, *Pfizer*.

<sup>239</sup> BGE 147 II 72, 93 f. E. 5.3.3 f., *Pfizer*, vgl. zum zweiten Befolgungsgrad, Rz 202.

<sup>240</sup> BGE 147 II 72, 93 f. E. 5.3.4, *Pfizer*.

<sup>241</sup> BGE 147 II 72, 94 f. E. 5.3.5, *Pfizer*.

<sup>242</sup> BGE 147 II 72, 96 E. 5.3.7, *Pfizer*.

<sup>243</sup> BGE 147 II 72, 82 E. 3.4.4, *Pfizer*.

<sup>244</sup> BGE 147 II 72, 82 ff. E. 3.4.4 und 5.4.2 ff., *Pfizer*.

<sup>245</sup> BGE 147 II 72, 97 E. 5.4.2.1, *Pfizer*.

<sup>246</sup> BGE 147 II 72, 97 ff. E. 5.4.2.2, *Pfizer* m. w. H.

<sup>247</sup> BGE 147 II 72, 97 ff. E. 5.4.2.2, *Pfizer*.

169. Im vorliegenden Fall gibt die HAG jährlich Preislisten für die Yamaha-Fahrzeuge ab. Die Preislisten waren/sind im Internet einsehbar und damit allgemein zugänglich. Die in den Preislisten enthaltenen Preise waren bis im Jahr 2021 nicht ausdrücklich als unverbindlich, sondern lediglich als «*empfohlene Verkaufspreise*» gekennzeichnet (Rz 111). Alle Yamaha-Partner waren zudem bis im Jahr 2021 vertraglich verpflichtet, die Fahrzeuge mit den empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften (Preisanschriftsklauseln, Rz 111) und die HAG stellte den Yamaha-Partnern Preisanschriften zur Verfügung (Rz 117). Schliesslich liegen dem Sekretariat Hinweise aus dem Markt auf eine Einflussnahme der HAG auf die Preispolitik der Yamaha-Partner vor. Die Verhaltensweise der HAG geht vorliegend über Preisempfehlungen, welche in Katalogen festgeschrieben werden, hinaus. Gestützt auf diese Umstände ist von einer Abstimmung auszugehen.

170. In Bezug auf die angeschriebenen Verkaufspreise hat die Befragung der Yamaha-Partner ergeben, dass im Durchschnitt in rund 93 % der Fahrzeugverkäufe das Fahrzeug mit dem empfohlenen Preis der HAG (gemäss der Preisanschriftsklauseln) beschriftet wurde. Den Endkundinnen und Endkunden gegenüber wurde also in rund 93 % der Fahrzeugverkäufe zunächst das Fahrzeug zum empfohlenen Preis angeboten. Dies zeigt, dass eine einheitliche Preisanschrift vorliegt. Betrachtet man den durchschnittlichen Anteil der Verkaufsstellen, welche mindestens die Hälfte der Fahrzeuge zum empfohlenen Verkaufspreis verkauften, so liegt dieser bei ca. 42 % (Rz 132). Gestützt auf eine Gesamtbetrachtung der genannten Umstände ergeben sich Anhaltspunkte für einen Abstimmungserfolg.

171. In Anbetracht der oben genannten Beweiserleichterungen und der Umstände des vorliegenden Falles, dürfte ein Kausalzusammenhang zwischen dem Informationsverhalten der HAG, d. h. der Publikation der Preisempfehlungen in Verbindung mit den weiteren Elementen, und dem vorgenannten Abstimmungserfolg gegeben sein.

172. Mit (i) der Abgabe der (allgemein zugänglichen) Preisempfehlungen der HAG, die nicht ausdrücklich als unverbindlich, sondern als «*empfohlene Verkaufspreise*» bezeichnet waren, (ii) der vertraglichen Verpflichtung der Yamaha-Partner, bis im Jahr 2021, die Fahrzeuge mit den empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften (Preisanschriftsklauseln, Rz 111), (iii) der Tatsache, dass die HAG den Yamaha-Partnern Preisanschriften zur Verfügung stellte, (iv) dem Umstand, dass im Durchschnitt bei rund 93 % der Fahrzeugverkäufe das Fahrzeug (gemäss der Preisanschriftsklauseln) mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet wurde und (v) den Hinweisen auf Druck und Anreize, liegen Anhaltspunkte für eine aufeinander abgestimmte Verhaltensweise vor.

### **B.3.2 Bezwecken oder Bewirken einer Wettbewerbsbeschränkung**

173. Nach Art. 4 Abs. 1 KG muss die Abrede «*eine Wettbewerbsbeschränkung bezwecken oder bewirken*». Nach bundesgerichtlicher Rechtsprechung wird eine Abrede dann zu einer Wettbewerbsabrede, wenn sie eine Wettbewerbsbeschränkung zum Gegenstand hat.<sup>248</sup> Eine solche liegt dann vor, wenn durch eine Abrede die Handlungsfreiheit der Wettbewerbsteilnehmer hinsichtlich einzelner Wettbewerbsparameter (im Wesentlichen: Preis, Menge und Qualität, Service, Beratung, Werbung, Geschäftskonditionen, Marketing, Forschung und Entwicklung) so eingeschränkt wird, dass dadurch die zentralen Funktionen des Wettbewerbs in all seinen verschiedenen Facetten vermindert bzw. eingeschränkt werden.<sup>249</sup>

174. Eine Abrede **bezweckt** eine Wettbewerbsbeschränkung, wenn die Abredeteiligen «*die Ausschaltung oder Beeinträchtigung eines oder mehrerer Wettbewerbsparameter zum Programm erhoben haben*».<sup>250</sup> Dabei genügt es, wenn der Abredeinhalt objektiv geeignet ist,

---

<sup>248</sup> BGE 147 II 72, 83 f. E. 3.5, *Pfizer*.

<sup>249</sup> BGE 147 II 72, 83 f. E. 3.5, *Pfizer* m. w. H.

<sup>250</sup> RPW 2017/2, 287 Rz 42, *Husqvarna* m. w. H.

eine Wettbewerbsbeschränkung durch Ausschaltung eines Wettbewerbsparameters zu verursachen.<sup>251</sup> Die subjektive Absicht der an der Abrede Beteiligten ist unerheblich.<sup>252</sup> Tatsächliche Auswirkungen der Abrede sind nicht notwendig.<sup>253</sup>

175. Wie bereits der Gesetzestext mit dem Wort «*oder*» zum Ausdruck bringt, sind «*bezwecken*» resp. «*bewirken*» Alternativen.<sup>254</sup> Fehlt ein Bezwecken, so kann ein Verhalten allenfalls eine Wettbewerbsbeschränkung bewirken.<sup>255</sup> Das «*Bewirken*» einer Wettbewerbsbeschränkung ist anhand der tatsächlichen und erwarteten künftigen Auswirkungen zu beurteilen, die das Zusammenwirken im konkreten Fall zeitigt.<sup>256</sup> Zwischen dem Zusammenwirken und der Wettbewerbsbeschränkung muss dabei ein Kausalzusammenhang bestehen.<sup>257</sup>

176. Die **aufeinander abgestimmte Verhaltensweise**, für die mit (i) der Abgabe der (allgemein zugänglichen) Preisempfehlungen der HAG, die nicht ausdrücklich als unverbindlich gekennzeichnet waren, (ii) der vertraglichen Verpflichtung der Yamaha-Partner, bis im Jahr 2021, die Fahrzeuge mit den empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften (Preisanschriftsklauseln, Rz 111), (iii) der Tatsache, dass die HAG den Yamaha-Partnern Preisanschriften zur Verfügung stellte, (iv) dem Umstand, dass im Durchschnitt bei rund 93 % der Fahrzeugverkäufe das Fahrzeug (gemäss der Preisanschriftsklauseln) mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet wurde und (v) den Hinweisen auf Druck und Anreize Anhaltspunkte vorliegen (Rz 172), hat den Wettbewerbsparameter **Preis** zum Gegenstand. Es bestehen Anhaltspunkte, dass diese aufeinander abgestimmte Verhaltensweise eine Wettbewerbsbeschränkung **bezweckt**, da sie objektiv geeignet ist, die Wiederverkaufspreise der Yamaha-Fahrzeuge festzulegen.

177. Die vertraglichen **Vereinbarungen** zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern bzgl. **Alleinbezug** (Rz 41 ff.) haben den Wettbewerbsparameter **Gebiet** zum Gegenstand und **bezwecken** eine Wettbewerbsbeschränkung, da sie objektiv geeignet sind, Parallelimporte auf indirekte Weise zu unterbinden.

178. Die vertraglichen **Vereinbarungen** zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern, die die Herstellergarantie für Fahrzeuge und Originalersatzteile auf diejenigen beschränken, die durch die HAG importiert wurden (**Garantiebeschränkungen**) (Rz 71 ff.), haben den Wettbewerbsparameter **Gebiet** zum Gegenstand und **bezwecken** eine Wettbewerbsbeschränkung, da sie objektiv geeignet sind, Parallel- und/oder Direktimporte auf indirekte Weise zu beschränken.

179. Die vertraglichen **Vereinbarungen** zwischen der HAG und den Yamaha-Vertretungen, die den Yamaha-Vertretungen untersagten, **Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen** (Rz 97), haben den Wettbewerbsparameter **Kunden** zum Gegenstand und können eine Wettbewerbsbeschränkung **bezwecken**, da sie objektiv geeignet sind, den Wettbewerb zwischen Konkurrenten zu beschränken. Gleiches dürfte für den vertraglichen

---

<sup>251</sup> RPW 2017/2, 287 Rz 42, *Husqvarna* m. w. H.

<sup>252</sup> RPW 2017/2, 287 Rz 42, *Husqvarna* m. w. H.; BGE 147 II 72, 84 f. E. 3.6, *Pfizer*; BGE 144 II 246, 253 E. 6.4.2, *Altimum SA*; BVGer B-506/2010 vom 19.12.2013, E. 3.2.3, *Gaba/WEKO*; BVGer B-463/2010 vom 19.12.2013, E. 3.2.6, *Gebro/WEKO*.

<sup>253</sup> BGE 147 II 72, 84 f. E. 3.6, *Pfizer*; siehe auch z. B. Urteil des EuGH C-228/18 vom 2.4.2020 *Gazdasági Versenyhivatal/Budapest Bank Nyrt. et al.*, Rz 37 m. w. H.

<sup>254</sup> Statt aller RPW 2019/3a, 954 Rz 2276, *Badezimmer*.

<sup>255</sup> BGE 147 II 72, 84 f. E. 3.6, *Pfizer*.

<sup>256</sup> BGE 147 II 72, 84 f. E. 3.6, *Pfizer*; RPW 2019/3a, 954 Rz 2277 m. w. H., *Badezimmer*; SIMON BANGERTER/BEAT ZIRLICK, in: DIKE-Kommentar, Bundesgesetz über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen, Zäch et al. (Hrsg.), 2018, Art. 4 Abs. 1 KG N 142 f.

<sup>257</sup> BGE 147 II 72, 84 f. E. 3.6, *Pfizer*; BVGer B-8430/2010 vom 23.9.2014, E. 6.3.2.10, *Paul Koch AG/WEKO*.

Vorbehalt der HAG, als einzige **technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber** zu verkaufen (Rz 98 ff.), gelten.

180. Die vertraglichen **Vereinbarungen** zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern, die einen **Garantienausschluss** vorsahen, wenn Teile fremder Herkunft (d. h. von konkurrierenden Herstellern) eingebaut wurden (Rz 75), können eine Wettbewerbsbeschränkung **bewirken**.

181. Die vertraglichen **Vereinbarungen** zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern, die eine Verpflichtung der Yamaha-Partner vorsahen, **nur Yamaha-Originalteile zu verwenden** und zu **verkaufen** (Rz 77), können eine Wettbewerbsbeschränkung **bewirken**.

### **B.3.3 Unternehmen gleicher oder verschiedener Marktstufen**

182. **Vertikale Abreden** zeichnen sich dadurch aus, dass zwei oder mehrere wirtschaftlich selbständige Unternehmen verschiedener Marktstufen den Wettbewerb durch ein koordiniertes Verhalten beschränken. Dieses betrifft die Geschäftsbedingungen, zu denen die Unternehmen bestimmte Waren oder Dienstleistungen beziehen, verkaufen oder weiterverkaufen können (Ziff. 1 VertBek). Auf verschiedenen Marktstufen befinden sich Unternehmen, wenn sie tatsächlich oder der Möglichkeit nach auf unterschiedlichen Wirtschaftsstufen agieren d. h. auf unterschiedlichen Produktions- oder Vertriebsstufen tätig sind. Für die kartellrechtliche Beurteilung vertikaler Wettbewerbsabreden gelangt die Vertikalbekanntmachung zur Anwendung. Die Vertikalbekanntmachung findet auch Anwendung, wenn Wettbewerber eine nicht gegenseitige vertikale Vereinbarung treffen und der Anbieter zugleich Hersteller und Händler von Waren ist, der Abnehmer dagegen Händler, jedoch kein Wettbewerber auf der Herstellerebene (sog. dualer Vertrieb; Ziff. 8 Abs. 2 lit. a VertBek).

183. Die HAG bezieht die Yamaha-Produkte als Generalimporteurin für die Schweiz und Liechtenstein bei der Herstellerin und vertreibt diese, abgesehen von technisch modifizierten Fahrzeugen, nach ihren Angaben, ausschliesslich an die Yamaha-Partner. Die Yamaha-Partner übernehmen dann den Weiterverkauf der Yamaha-Produkte und erbringen Serviceleistungen. Demnach stehen die HAG und die Yamaha-Partner in Bezug auf den Vertrieb der Yamaha-Produkte auf unterschiedlichen Marktstufen. Abreden im Zusammenhang mit Yamaha-Produkten sind somit grundsätzlich vertikal.

184. **Horizontale Abreden** zeichnen sich dadurch aus, dass zwei oder mehrere wirtschaftlich selbständige Unternehmen gleicher Marktstufe den Wettbewerb durch ein koordiniertes Verhalten beschränken. Vorliegend stellt sich die Frage, ob die HAG aufgrund (i) eines allfälligen direkten Vertriebes der Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe und (ii) des direkten Vertriebes der HAG technisch modifizierter Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber, als Wettbewerberin der Yamaha-Partner auftritt.

185. In der *AdBlue*-Verfügung hat die WEKO im Zusammenhang mit einer Kundenaufteilung geprüft, ob sich die Vertragsparteien als (aktuelle oder potenzielle) Wettbewerberinnen gegenüberstehen.<sup>258</sup> Zu diesem Zweck hat sie zunächst festgestellt, welche die aufgeteilten Kundengruppen sind und anschliessend geprüft, ob diese Kundenkategorien ohnehin nur von einer der Vertragsparteien hätten beliefert werden können.<sup>259</sup> Letzteres hätte gegen ein diesbezügliches Wettbewerbsverhältnis gesprochen.<sup>260</sup> Die WEKO berücksichtigte dabei, dass (i) sich die Kunden nicht eindeutig in Grosskundinnen und -kunden, die ohnehin nur durch das eine Unternehmen hätten beliefert werden können, und Kleinkundinnen und -kunden, die nur durch das andere Unternehmen hätten beliefert werden können einteilen liessen und (ii) dass beide Unternehmen dieselben Produkte im Angebot hatten und es somit eine Schnittmenge

---

<sup>258</sup> RPW 2020/2, 631 Rz 52, *AdBlue*.

<sup>259</sup> RPW 2020/2, 631 Rz 53, *AdBlue*.

<sup>260</sup> RPW 2020/2, 631 Rz 53, *AdBlue*, *a contrario*.

von Kundinnen und Kunden gegeben haben dürfte, welche beide Unternehmen ohne bedeutende Investitionen hätten bedienen können.<sup>261</sup> Die WEKO hielt weiter fest, dass die mit Kundinnen und Kunden des jeweiligen anderen Unternehmens erzielten Umsatz- und Mengenan- teile zeigen, dass die vertraglich vorgenommene Kundenzuteilung sich nicht ohnehin aus der unterschiedlichen Kundenausrichtung ergeben hätte.<sup>262</sup> Schliesslich hielt die WEKO fest, dass das eine Unternehmen auch ohne Zusammenarbeit mit dem anderen ins Geschäft mit dem Produkt eingestiegen wäre und es somit zum Zeitpunkt des Abschlusses der Vereinbarung eine potenzielle Wettbewerberin war.<sup>263</sup>

186. Vorliegend ist das den Yamaha-Vertretungen bis im Jahr 2021 auferlegte vertragliche Verbot, Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen (Rz 97) vom vertraglichen Vorbehalt der HAG, als einzige Anbieterin technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen (Rz 98 ff.), zu unterscheiden.

187. Zu dem den **Yamaha-Vertretungen** bis im Jahr 2021 auferlegten vertraglichen Verbot, **Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe** zu verkaufen (Rz 97) ist Folgendes festzuhalten: Bei den Kundengruppen, deren Belieferung mit Vertragsprodukten den Yamaha-Vertretungen vertraglich untersagt war, handelt es sich einerseits um Behörden und andererseits um gewerbliche Endverbraucher oder Wiederverkäufer (Handelsgesellschaften). Die Frage, ob diese Kundengruppen, ohnehin nur durch die HAG hätten beliefert werden können, ist vorliegend zu verneinen, was von der HAG auch nicht in Frage gestellt wird. Zudem geben drei von sieben Yamaha-Vertretungen an, Standardfahrzeuge an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen (Rz 104). Im vorliegenden Fall verfügt das Sekretariat über keine abschliessenden Angaben in Bezug auf die Mengen- und Umsatzanteile der HAG und der Yamaha-Vertretungen mit dem Verkauf der Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe. Zwei Gesellschaften der hostettler group, die HESS HAG und die HRAG bzw. HMAG, erzielten mit dem Vertrieb von Yamaha-Produkten auf Endkundenstufe in der Schweiz Umsätze (Rz 27 f.). Es ist hingegen nicht bekannt, wie viele davon an Behörden und Handelsbetriebe verkauft wurden und welchen Anteil am Umsatz diese ausmachen. In Bezug auf die Yamaha-Vertretungen fehlen solche Angaben. Schliesslich ist zwar zweifelhaft, dass die Yamaha-Vertretungen auch ohne die Zusammenarbeit mit der HAG ins Geschäft mit den Yamaha-Vertragsprodukten eingestiegen wären. Aufgrund der übrigen Elemente ist davon auszugehen, dass ein absatzseitiges Wettbewerbsverhältnis zwischen den Yamaha-Vertretungen und der HAG in Bezug auf den Verkauf von Vertragsprodukten an Behörden und Handelsbetriebe besteht.

188. Zum vertraglichen **Vorbehalt der HAG**, als einzige Anbieterin **technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber** zu **verkaufen** (Rz 98 ff.) ist Folgendes festzuhalten: Bei den Kundengruppen, deren Belieferung mit technisch modifizierten Fahrzeugen sich die HAG vorbehalten hat, handelt es sich einerseits um Behörden und andererseits um gewerbliche Endverbraucher oder Wiederverkäufer (Handelsgesellschaften und Flottenbetreiber). Die Frage, ob diese Kundengruppen ohnehin nur durch die HAG hätten beliefert werden können, bejaht die HAG mit der Begründung, dass die betroffenen Fahrzeuge zwingend von YMC vorgängig abgenommen werden müssten, Yamaha dafür strenge Richtlinien vorgebe und die Yamaha-Partner nicht die nötige Ausrüstung dafür hätten (Rz 101 f.). Vier Yamaha-Partner geben tatsächlich an, keine technisch modifizierten Fahrzeuge aufgrund fehlender Kapazitäten zu verkaufen (Rz 105). Dies deutet darauf hin, dass die Yamaha-Partner Investitionen tätigen müssten, um Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber mit technisch modifizierten Fahrzeugen zu beliefern. Demgegenüber geben drei Yamaha-Partner an, technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber ver-

---

<sup>261</sup> RPW 2020/2, 631 Rz 53, *AdBlue*.

<sup>262</sup> RPW 2020/2, 631 Rz 38 und 53, *AdBlue*.

<sup>263</sup> RPW 2020/2, 631 Rz 54, *AdBlue*.

kauft zu haben (Rz 105). Im vorliegenden Fall verfügt das Sekretariat über keine abschliessenden Angaben in Bezug auf die Mengen- und Umsatzanteile der HAG und der Yamaha-Partner mit Yamaha-Standardfahrzeugen resp. mit technisch modifizierten Yamaha-Fahrzeugen. Das Sekretariat verfügt einerseits über Angaben von drei Yamaha-Partnern, überhaupt technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen. Andererseits sind dem Sekretariat die Anzahl technisch modifizierter Fahrzeuge, die die HAG an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber verkauft, sowie die Umsätze der HAG mit diesen Produkten bekannt. Die Anzahl ist sehr gering und belief sich im Jahr 2018 auf [...] Motorräder und [...] Roller (Rz 26). Der Umsatz, den die HAG auf Endkundenstufe mit dem Vertrieb von technisch modifizierten Fahrzeugen an Behörden/Handelsbetriebe in der Schweiz im Jahr 2018 erzielte, betrug rund CHF [...] (Rz 28). Schliesslich ist im vorliegenden Fall zweifelhaft, dass diejenigen Yamaha-Partner, die angeben, technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen, auch ohne die Zusammenarbeit mit der HAG ins Geschäft mit den technisch modifizierten Yamaha-Fahrzeugen eingestiegen wären. Dies deutet darauf hin, dass die Yamaha-Partner zum Zeitpunkt der Vereinbarung keine potenziellen Wettbewerber der HAG in Bezug auf technisch modifizierte Fahrzeuge waren. Letztlich ist gestützt auf die verfügbaren Informationen nicht auszuschliessen, dass zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern ein absatzseitiges Wettbewerbsverhältnis in Bezug auf den Verkauf von technisch modifizierten Fahrzeugen an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber besteht.

189. In der *AdBlue*-Verfügung bejahte die WEKO ein absatzseitiges Wettbewerbsverhältnis und stellte dann die Frage, ob das absatzseitige Wettbewerbsverhältnis gemäss den einschlägigen Vorschriften des Kartellgesetzes (Ziff. 8 Abs. 3 VertBek) oder als dualer Vertrieb gemäss den Regeln der Vertikalbekanntmachung zu würdigen ist.<sup>264</sup> Die WEKO hielt fest, dass eine Konstellation, in der eine Importeurin, die selbst Distributorin und nicht Herstellerin ist und als Wettbewerberin eines Händlers auftritt, keinen dualen Vertrieb i. S. der Vertikalbekanntmachung darstellt.<sup>265</sup>

190. Zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern liegen nicht gegenseitige vertikale Vereinbarungen i. S. v. Ziff. 8 Abs. 2 lit. a VertBek (Rz 182 i. f.) vor. Die HAG ist nicht Herstellerin, sondern Importeurin und Distributorin der Yamaha-Produkte. Somit ist das absatzseitige Horizontalverhältnis zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern bezüglich des Verkaufs von Vertragsprodukten an Behörden und Handelsbetriebe unabhängig von der Vertikalbekanntmachung gemäss den einschlägigen Vorschriften des Kartellgesetzes zu würdigen. Abreden im Zusammenhang mit dem Verkauf von Vertragsprodukten an Behörden und Handelsbetriebe werden somit unter horizontalen Gesichtspunkten geprüft.

191. Die HAG macht im Zusammenhang mit ihrem Vorbehalt, als einzige Anbieterin technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen, geltend, sie müsse bei technisch modifizierten Fahrzeugen selbst noch technische Änderungen vornehmen, wie z. B. das Anbringen von Sirenen und Polizeileuchtzeichen, und würde so einen kleinen Teil der Herstellung übernehmen (Rz 103). Nach Ansicht des Sekretariats ist es zweifelhaft, dass das Anbringen von Sirenen und Leuchtzeichen die HAG

---

<sup>264</sup> RPW 2020/2, 631 Rz 55, *AdBlue*.

<sup>265</sup> RPW 2020/2, 632 Rz 55, *AdBlue*. Gemäss der wohl herrschenden Lehre findet die Ausnahmenvorschrift des EU-Rechts hinsichtlich dualen Vertriebes auf *reine Handelsunternehmen*, die etwa im Verhältnis Grosshändler – Einzelhändler zueinanderstehen, keine Anwendung. Siehe: JÖRG-MARTIN SCHULTZE/STEPHANIE PAUTKE/DOMINIQUE S. WAGENER, Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Vereinbarungen – Praxiskommentar, 4. Aufl. 2019, Art. 2 Abs. 4, N 473 und 480; ROBERT KLOTZ, in: Europäisches Wettbewerbsrecht, Helmut Schröter et al. (Hrsg.), 2. Aufl., 2014, Art. 101 N 739; MICHAEL BARON, in: Kartellrecht, Europäisches und Deutsches Recht, Loewenheim/Meessen/Riesenkampff/Kersting/Meyer-Lindemann (Hrsg.), 3. Aufl., 2016, Art. 2 GVO-Vertikal N 134 f; FRANK WIJCKMANS/FILIP TUYTSCHAEVER, Vertical Agreements in EU Competition Law, 3. Aufl., N 4.42-4.48.

als Herstellerin von technisch modifizierten Fahrzeugen qualifiziert. Nach Ansicht des Sekretariats ist die HAG auch in Bezug auf technisch modifizierte Fahrzeuge nicht Herstellerin, sondern Importeurin und Distributorin. Folglich dürfte auch die Abrede betreffend den Verkauf von technisch modifizierten Fahrzeugen an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber unabhängig von der Vertikalbekanntmachung gemäss den einschlägigen Vorschriften des Kartellgesetzes zu würdigen sein. Abreden in diesem Zusammenhang werden unter horizontalen Gesichtspunkten geprüft.

#### **B.3.4 Zwischenfazit**

192. Zusammenfassend liegen Anhaltspunkte für **Abreden nach Art. 4 Abs. 1 KG** in den nachfolgenden Punkten vor:

193. Mit (i) der Abgabe der (allgemein zugänglichen) Preisempfehlungen der HAG, die nicht ausdrücklich als unverbindlich gekennzeichnet waren, (ii) der vertraglichen Verpflichtung der Yamaha-Partner, bis im Jahr 2021 die Fahrzeuge mit den empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften (Preisanschriftsklauseln, Rz 111), (iii) der Tatsache, dass die HAG den Yamaha-Partnern Preisanschriften zur Verfügung stellte, (iv) dem Umstand, dass im Durchschnitt in rund 93 % der Fahrzeugverkäufe das Fahrzeug (gemäss der Preisanschriftsklauseln) mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet wurde und (v) den Hinweisen auf Druck und Anreize (Rz 172), liegen Anhaltspunkte für eine **abgestimmte Verhaltensweise** vor, die den Wettbewerbsparameter **Preis** zum Gegenstand hat. Es bestehen Anhaltspunkte, dass diese aufeinander abgestimmte Verhaltensweise eine Wettbewerbsbeschränkung bezweckt, da sie objektiv geeignet ist, die Wiederverkaufspreise der Yamaha-Fahrzeuge festzulegen.

194. Mit den vertraglichen Alleinbezugsverpflichtungen (Rz 41 ff.) und Garantiebeschränkungen (Rz 71 ff.) zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern liegen **Vereinbarungen** zwischen Unternehmen verschiedener Marktstufen vor, die den Wettbewerbsparameter **Gebiet** zum Gegenstand haben und Wettbewerbsbeschränkungen bezwecken (Rz 177 resp.178).

195. Mit den Vertragsbestimmungen, die den Yamaha-Vertretungen untersagten, Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen (Rz 97), liegen **Vereinbarungen** zwischen Unternehmen gleicher Marktstufe vor, die den Wettbewerbsparameter **Kunden** zum Gegenstand haben und eine Wettbewerbsbeschränkung bezwecken. Es ist nicht auszuschliessen, dass dies auch für den vertraglichen Vorbehalt der HAG, als einzige Anbieterin technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen (Rz 98 ff.), gilt.

196. Mit dem vertraglichen Garantiausschluss, wenn Teile fremder Herkunft (d. h. von konkurrierenden Herstellern) eingebaut wurden (Rz 75), liegen **Vereinbarungen** zwischen Unternehmen verschiedener Marktstufen vor, die eine Wettbewerbsbeschränkung bewirken können.

197. Schliesslich liegen mit der vertraglichen Verpflichtung der Yamaha-Partner, nur Yamaha-Originalteile zu verwenden und zu verkaufen (Rz 77), **Vereinbarungen** zwischen Unternehmen verschiedener Marktstufen vor, die eine Wettbewerbsbeschränkung bewirken könnten.

#### **B.4 Unzulässige Wettbewerbsabreden nach Art. 5 Abs. 3 und 4 KG**

198. Laut 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. Für Abreden, die von Art. 5 Abs. 3 und Abs. 4 KG erfasst werden, gilt ausserdem die gesetzliche Vermutung, dass diese den wirksamen Wettbewerb beseitigen. Kann diese Vermutung widerlegt werden, gelten Abreden nach Art. 5 Abs. 4 KG bzw.

Art. 5 Abs. 3 KG gemäss der Rechtsprechung des Bundesgerichts als grundsätzlich erhebliche Wettbewerbsabreden i. S. v. Art. 5 Abs. 1 KG.<sup>266</sup> Solche Abreden sind unzulässig, falls sie nicht aus Gründen der wirtschaftlichen Effizienz nach Art. 5 Abs. 2 KG gerechtfertigt werden können (Art. 5 Abs. 1 KG).<sup>267</sup>

199. Dementsprechend wird im Folgenden geprüft, ob bzw. für welche Wettbewerbsabreden nach Art. 5 Abs. 3 und Abs. 4 KG Anhaltspunkte bestehen (B.4.1), ob diese zur Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs führen (B.4.2), ob ggf. eine erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs vorliegt (B.4.3) und es ggf. eine Rechtfertigung für die Abrede gibt (B.4.4).

#### **B.4.1 Wettbewerbsabreden**

200. Im Folgenden wird das Vorliegen von vertikalen Preisabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG (B.4.1.1), vertikalen indirekten Gebietsschutzabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG (B.4.1.2) sowie horizontalen Kundenabreden nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG (B.4.1.3) geprüft.

##### **B.4.1.1 Vertikale Preisabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG**

201. Vertikale Preisabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG sind Abreden zwischen Unternehmen verschiedener Marktstufen über **Mindest- oder Festpreise**. Preise können auch auf indirekte Weise festgesetzt werden (Ziff. 10 Abs. 2 VertBek), z. B. durch Drohungen, Einschüchterung, Warnungen, Strafen, Verzögerung oder Aussetzung von Lieferungen und Vertragskündigung bei Nichteinhaltung eines bestimmten Preisniveaus durch die Händler (vgl. Rz 5 VertBek-Erläuterungen). Auch in Empfehlungsform gekleidete Abreden, die auf einer Vereinbarung oder einer aufeinander abgestimmten Verhaltensweise beruhen und eine Festsetzung von Mindest- oder Festpreisen bezwecken oder bewirken, werden von Art. 5 Abs. 4 KG erfasst (Ziff. 10 Abs. 3 VertBek).

202. Das Bundesgericht hielt im *Pfizer*-Urteil Folgendes zur Qualifikation von **Preisempfehlungen** als vertikale Preisabreden fest:

- Kartellrechtlich ist die Benennung als Empfehlung bzw. Preisempfehlung nicht entscheidend, sondern die Frage, ob der Begriff der Wettbewerbsabrede nach Art. 4 Abs. 1 KG durch die als Empfehlung bezeichnete Verhaltensweise erfüllt wird,<sup>268</sup>
- Nachdem bei der Prüfung, ob eine Verhaltenskoordination in Form einer abgestimmten Verhaltensweise nach Art. 4 Abs. 1 KG vorliegt, ein erster Befolgungsgrad geprüft wurde, ist im Rahmen von Art. 5 KG ein **zweiter Befolgungsgrad** von Bedeutung.<sup>269</sup> Der zweite Befolgungsgrad betrifft die **Anzahl Einheiten, die von den Verkaufsstellen zum empfohlenen Preis verkauft werden**, und ist für die Beantwortung der Frage relevant, ob der «empfohlene» Preis einen Fest- oder Mindestpreis nach Art. 5 Abs. 4 KG darstellt.<sup>270</sup>

203. Zu prüfen ist, ob aufgrund der vertraglichen Verpflichtung der Yamaha-Partner, die Fahrzeuge mit den empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften (Preisanschriftsklauseln, Rz 111), der Tatsache, dass die HAG den Yamaha-Partnern Preisanschriften zur Verfügung stellte, des Umstandes, dass im Durchschnitt in rund 93 % der Fahrzeugverkäufe das Fahrzeug (gemäss der Preisanschriftsklauseln) mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet wurde, der Hinweise auf Druck und Anreize (Rz 172), sowie der Abgabe (allgemein zugänglicher) Preisempfehlungen der HAG, die nicht ausdrücklich als unverbindlich gekennzeichnet waren,

---

<sup>266</sup> BGE 147 II 72, 101 ff. E. 6.1 und 6.5, *Pfizer* m. w. H.; BGE 143 II 297, 318 ff. E. 5.2.5, E. 5.6 und E. 9.4.6, *Gaba*; BGE 144 II 246, 262 ff. E. 10, *Altimum SA*.

<sup>267</sup> BGE 147 II 72, 105 E. 6.5, *Pfizer*.

<sup>268</sup> BGE 147 II 72, 86 E. 4.3, *Pfizer*.

<sup>269</sup> BGE 147 II 72, 93 f. E. 5.3.4, *Pfizer*.

<sup>270</sup> BGE 147 II 72, 93 f. E. 5.3.3 und 5.3.4, *Pfizer*.

Anhaltspunkte für eine vertikale Preisabrede nach Art. 5 Abs. 4 KG zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern bezüglich Motorräder und Roller vorliegen.

204. Im Durchschnitt wurde in rund 93 % der Fahrzeugverkäufe das Fahrzeug (gemäss der Preisanschriftsklauseln) **mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet**. Art. 3 Abs. 1 der Preisbekanntgabeverordnung (PBV)<sup>271</sup> hält fest, dass für Waren, die der Konsumentin oder dem Konsumenten zum Kauf angeboten werden, der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken (Detailpreis) bekanntzugeben ist. In rund 93 % der Fahrzeugverkäufe wurde den Endkundinnen und Endkunden das Fahrzeug zunächst zum empfohlenen Verkaufspreis der HAG angeboten und damit der Eindruck erweckt, es handle sich dabei um den vom Händler bzw. der Händlerin selber festgelegten Verkaufspreis.<sup>272</sup> Die Endkundinnen und Endkunden hatten dann die Möglichkeit, mit dem Yamaha-Partner über den Preis, den sie letztendlich für das Fahrzeug bezahlen, zu verhandeln. In nur 7 % der Fahrzeugverkäufe informierten die Yamaha-Partner die Endkundinnen und Endkunden von sich aus über verfügbare Rabatte. Damit bestand ein Anreiz für die Yamaha-Partner, keine tieferen Preise festzulegen als dem empfohlenen Verkaufspreis.

205. Im vorliegenden Fall gibt eine Minderheit der Yamaha-Partner an, die HAG versuche Einfluss auf die Wiederverkaufspreise zu nehmen. Zwei Yamaha-Partner geben an, dass die Einhaltung kontrolliert werde und bei Nichteinhaltung Konsequenzen drohen würden. Einer dieser Yamaha-Partner gibt zudem an, dass zwecks Einhaltung der Preisempfehlung Anreize gewährt und Druck ausgeübt würde.

206. Laut dem *Pfizer*-Urteil ist bei der Subsumption einer abgestimmten Verhaltensweise betreffend Preisempfehlungen unter Art. 5 Abs. 4 KG zu prüfen, wie viele Fahrzeuge zum empfohlenen Verkaufspreis abgesetzt werden (zweiter Befolgungsgrad). Die Yamaha-Partner-Befragung zur Preispolitik hat ergeben, dass knapp 40 % der verkauften Fahrzeuge zum empfohlenen Preis der HAG verkauft werden. Dies beruht auf einer konservativen Berechnung des Befolgungsgrades, die für die Ermittlung des Befolgungsgrades auf die Fahrzeuge im Grundmodell, also exklusive Sonderausstattung, abstellt. Der Befolgungsgrad würde tiefer ausfallen (31 %, Rz 133), wenn die Sonderausstattung in die Berechnung mit einbezogen würde. Beim Kauf eines Fahrzeuges verhandeln die Endkundinnen und Endkunden den Verkaufspreis oftmals mit dem Händler. Dies hat wahrscheinlich im vorliegenden Fall zur Abweichung zwischen dem angeschriebenen Verkaufspreis und dem Preis, den die Endkundinnen und Endkunden tatsächlich für das Fahrzeug bezahlt haben, geführt. Schliesslich ist bezüglich des **Umfanges der Rabatte** anzumerken, dass die gewährten Rabatte **durchschnittlich** einen Anteil von [10-20]% an **der Bruttomarge** der Yamaha-Partner darstellen (Rz 136).

207. In Anbetracht aller genannten Umstände bestehen Anhaltspunkte, dass die Preisanschriftspflicht in den Verträgen zu einer indirekten Preisabrede führte. Hierzu tragen auch die Hinweise für die Ausübung von Druck zur Einhaltung der Preisempfehlungen bei. Obwohl die befragten Verkaufsstellen im analysierten Zeitraum die Preisanschriftspflicht weitgehend befolgten, verkauften sie die Mehrheit der Motorräder und Roller letztlich mit Rabatt. Dies legt nahe, dass den Konsumentinnen und Konsumenten ein Preisverhandlungsspielraum zukam und sie diesen auch nutzten.

#### **B.4.1.2 Vertikale indirekte Gebietsschutzabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG**

208. Nach Art. 5 Abs. 4 KG sind vertikale Gebietsschutzabreden Abreden zwischen Unternehmen verschiedener Marktstufen in Vertriebsverträgen über die Zuweisung von Gebieten,

---

<sup>271</sup> Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen vom 11.12.1978 (Preisbekanntgabeverordnung, PBV; SR 942.211), siehe auch Broschüre des SECO, Preisbekanntgabeverordnung PBV Preisbekanntgabe für Motorfahrzeuge.

<sup>272</sup> Es bleibt darauf hinzuweisen, dass es nicht mit Art. 3 Abs. 1 PBV kompatibel wäre, falls der Händler lediglich den empfohlenen und nicht den tatsächlichen Verkaufspreis ausweist.

soweit Verkäufe in diese durch gebietsfremde Vertriebspartner ausgeschlossen werden. Eine **Gebietsschutzabrede** nach Art. 5 Abs. 4 KG erfordert nebst einer vertikalen Wettbewerbsabrede i. S. v. Art. 4 Abs. 1 KG, nach dem Wortlaut des Gesetzes (i) einen Vertriebsvertrag, (ii) eine Gebietszuweisung und (iii) einen gebietsübergreifenden Verkaufsausschluss (Ziff. 10 Abs. 1 lit. b VertBek und Rz 6 VertBek-Erläuterungen).<sup>273</sup> Ein **absoluter Gebietschutz** liegt dann vor, wenn passive Verkäufe seitens gebietsfremder Vertriebspartner in zugewiesene Gebiete direkt oder indirekt durch Abrede untersagt sind.<sup>274</sup> Zu prüfen ist, ob aufgrund (i) der vertraglichen **Alleinbezugsverpflichtung** der Yamaha-Partner (Rz 41 ff.) und/oder (ii) der vertraglichen **Garantiebeschränkungen** (Rz 71 ff.) Anhaltspunkte für vertikale absolute Gebietsschutzabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG vorliegen.

#### *Indirekter absoluter Gebietsschutz durch Bezugsbeschränkungen*

209. Zum indirekten Ausschluss von passiven Verkäufen an Abnehmer in der Schweiz führen unter anderem vertragliche **Bezugsbeschränkungen**, wonach sich die Vertriebspartner in der Schweiz verpflichten, die Vertragsware nur in ihrem Vertragsgebiet zu beziehen (Rz 8 VertBek-Erläuterungen).<sup>275</sup> Zu prüfen ist, ob aufgrund der vertraglichen **Alleinbezugsverpflichtung** der Yamaha-Partner der Vertragsprodukte Anhaltspunkte für vertikale absolute Gebietsschutzabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG vorliegen.

210. Mit den schriftlichen Rahmenverträgen 2017/2018 zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern wurden die Yamaha-Partner vertraglich dazu verpflichtet, die Yamaha-Produkte nur bei der HAG, d. h. in der Schweiz, zu beziehen (Rz 41 ff.). Damit wurde den Yamaha-Partnern indirekt das Gebiet Schweiz zugewiesen. Zudem war es den Yamaha-Partnern damit vertraglich indirekt untersagt, Kaufanfragen für Yamaha-Produkte bei anderen Bezugsquellen im Ausland zu tätigen, welche passive Verkäufe in die Schweiz hätten auslösen können. Dies gilt auch für die Verpflichtung der Yamaha-Service-Stellen, die Vertragsprodukte nur bei der HAG bzw. einer ihr zugewiesenen Yamaha-Vertretung zu beziehen (Rz 45). Hinsichtlich der Möglichkeit von Parallelimporten gibt die Mehrheit der Yamaha-Partner an, dass der Parallelimport von Yamaha-Produkten möglich sei (Rz 58). Lediglich ein Yamaha-Partner (5 %) gibt an, Parallelimporte von Yamaha-Produkten zu tätigen (Rz 58). Bezüglich der Anzahl parallel- und direktimportierter Fahrzeuge 2018 gab die HAG an, dass diese ca. 0,6 % aller Fahrzeuge betreffen würden. Die HAG hat den Wortlaut der Alleinbezugsklauseln ihrer revidierten Verträge 2021 geringfügig geändert. Der neue Wortlaut suggeriert weiterhin eine Alleinbezugsverpflichtung.

211. Ungeachtet vorgenannter Bestimmungen, deuten Bestimmungen sowohl der ursprünglichen als auch der revidierten Liefervereinbarungen 2021 der Yamaha-Partner, in denen für die Preise von Dienstleistungen der HAG unter anderem die «*EG-Übereinstimmungsbescheinigung – COC (Parallelimport)*» und die «*Bestätigung für Yamaha-Fahrzeuge 25/35 kW/full power (Parallelimport)*» aufgeführt werden (Rz 47), darauf hin, dass Parallelimporte von Yamaha-Produkten möglich sind.

212. Die **Alleinbezugsverpflichtung** der Yamaha-Partner, inklusive der Verpflichtung der Yamaha-Service-Stellen, die Vertragsprodukte nur bei der HAG bzw. einer ihr zugewiesenen Yamaha-Vertretung zu beziehen, ergeben Anhaltspunkte für unzulässige indirekte absolute

---

<sup>273</sup> SIMON BANGERTER/BEAT ZIRLICK, in: DIKE-Kommentar, Bundesgesetz über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen, Zäch et al. (Hrsg.), 2018, Art. 5 N 495; BVGer B-581/2012 vom 16.9.2016, E. 7.3.1 f., *Nikon AG/WEKO*; BGE 143 II 297, 328 E. 6.3, *Gaba*.

<sup>274</sup> SIMON BANGERTER/BEAT ZIRLICK, in: DIKE-Kommentar, Bundesgesetz über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen, Zäch et al. (Hrsg.), 2018, Art. 5 N 510; BGE 143 II 297, 330 E. 6.3.5, *Gaba*.

<sup>275</sup> RPW 2019/4, 1165 Rz 65 ff., *Bucher Landtechnik/Ersatzteilhandel Traktoren*; BGE 143 II 297, 328 E. 6.3, *Gaba*; BVGer B-581/2012 vom 16.9.2016, E. 7.3.1, *Nikon AG/WEKO* m. w. H.

Gebietsschutzabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern hinsichtlich aller Yamaha-Produkte.

213. Wie oben erwähnt, wird zurzeit davon abgesehen, zu prüfen, ob die vertragliche **Mindestbestellmenge** (Ziff. 2.13 revidierte Liefervereinbarung 2021 Yamaha-Vertretung) Bezugsbeschränkungen für die Yamaha-Vertretungen nach sich zieht (Rz 64). Es wird jedoch empfohlen, die Klausel hinsichtlich Mindestbestellmenge dahingehend zu präzisieren, dass die Winterbestellung, die die Mindestbestellmenge vorsieht, ein Sonderangebot darstellt und es optional für die Yamaha-Vertretungen ist, diese Bestellung zu tätigen.

#### *Indirekter absoluter Gebietsschutz durch Garantiebeschränkungen*

214. Ein indirekter absoluter Gebietsschutz kann auch vorliegen, wenn der Anbieter **Garantieleistungen nicht vergütet**, die von Händlern auf direkt- oder parallelimportierten Produkten erbracht werden (vgl. Rz 8 VertBek-Erläuterungen).<sup>276</sup> Ein indirekter Gebietsschutz liegt indes nicht vor, wenn die Produkte in einem Selektivvertrieb i. S. v. Ziff. 4 VertBek vertrieben werden und die Herstellergarantie zum Schutz des Selektivvertriebs auf Produkte beschränkt wird, die im offiziellen Vertriebsnetz, d. h. bei einem zugelassenen Händler bezogen wurden.<sup>277</sup> Zu prüfen ist, ob aufgrund der Vertragsbestimmungen, die die **Garantieleistungen** der HAG gegenüber den Yamaha-Partnern **auf von der HAG importierte Fahrzeuge und Originalersatzteile beschränken**, Anhaltspunkte für vertikale absolute Gebietsschutzabreden nach Art. 5 Abs. 4 KG vorliegen.

215. Die Abklärungen hinsichtlich Garantieleistungen haben ergeben, dass die HAG gegenüber den Yamaha-Partnern Garantiewerke an Yamaha-Fahrzeugen jedenfalls in den Jahren bis 2021 nur vergütete, wenn das Yamaha-Fahrzeug durch die HAG in die Schweiz importiert worden ist. Ebenso wurden von den Yamaha-Partnern erbrachte Garantieleistungen an Yamaha-Fahrzeugen von der HAG nur vergütet, wenn die Yamaha-Partner für diese Reparaturen Yamaha-Originalersatzteile verwendet hatten, die sie bei der HAG bezogen hatten. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die HAG auf direkt- und parallelimportierten Yamaha-Fahrzeugen keine Herstellergarantie gewährt bzw. eine solche verweigert, wenn importierte Yamaha-Originalersatzteile verwendet wurden. Dadurch kann der Direkt- und Parallelimport von Yamaha-Fahrzeugen und Yamaha-Originalersatzteilen indirekt beschränkt worden sein.

216. Gemäss WEKO Praxis ist es hingegen kartellrechtlich zulässig, wenn ein Anbieter eine eigens finanzierte erweiterte Garantie an die Bedingung knüpft, dass das Produkt über sie bezogen und nicht parallelimportiert wurde.<sup>278</sup> Die HAG beschränkt das durch sie finanzierte zusätzliche Garantiejahr der Swiss Garantie auf Fahrzeuge, die sie selbst in die Schweiz importiert hat. Dies ist kartellrechtlich zulässig.

217. Zusammenfassend stellen die Weigerung der HAG, die während der Dauer der Herstellergarantie durch Yamaha-Partner an parallel- oder direktimportierten Fahrzeugen erbrachten Garantieleistungen zu vergüten bzw. die vertragliche **Beschränkung der Herstellergarantie** auf von der HAG importierte Yamaha-Fahrzeuge und -Originalersatzteile Anhaltspunkte für unzulässige indirekte absolute Gebietsschutzabreden gemäss Art. 5 Abs. 4 KG hinsichtlich Yamaha-Fahrzeugen und -Originalersatzteilen dar.

#### **B.4.1.3 Horizontale Kundenabreden nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG**

218. Kundenabreden nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG bestehen in einer **Aufteilung von Märkten nach Geschäftspartnern**.<sup>279</sup> Zu prüfen ist, ob aufgrund (i) des den Yamaha-Vertretungen bis

<sup>276</sup> BVGer B-581/2012 vom 16.9.2016, E. 7.3.2, *Nikon AG/WEKO*; Rz 50 EU-Vertikalleitlinien.

<sup>277</sup> RPW 2014/2, 411 Rz 40 ff., *Jura* m. w. H.

<sup>278</sup> RPW 2016/2, 478 f. Rz 309 ff., 100 Rz 442, 104 Rz 457, *Nikon AG*.

<sup>279</sup> SIMON BANGERTER/BEAT ZIRLICK, in: DIKE-Kommentar, Bundesgesetz über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen, Zäch et al. (Hrsg.), 2018, Art. 5 N 446 ff.

im Jahr 2021 auferlegten vertraglichen Verbotes, Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen (Rz 97) und (ii) des Vorbehaltes der HAG, als einzige Anbieterin technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen (Rz 98 ff.), Anhaltspunkte für eine horizontale Kundenabrede nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG vorliegen.

219. Die HAG erklärt, dass es den Yamaha-Partnern nicht untersagt sei, Standardfahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe oder Flottenbetreiber zu liefern und die Klausel dazu missverständlich formuliert sei. Die Mehrheit der Yamaha-Partner gibt an, Standardfahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen. Unabhängig von den tatsächlichen Auswirkungen der vertraglichen Bestimmung, ist diese geeignet den Wettbewerb zwischen Konkurrenten zu beschränken, so dass Anhaltspunkte für eine horizontale Kundenabrede nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG zwischen der HAG und den Yamaha-Vertretungen in Bezug auf den Verkauf von Vertragsprodukten an Behörden und Handelsbetriebe vorliegen dürften. Dies dürfte auch für den Vorbehalt der HAG, als einzige Anbieterin technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen, gelten.

#### **B.4.2 Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs**

220. 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, sind unzulässig (Art. 5 Abs. 1 KG).

221. Bei Abreden nach Art. 5 Abs. 4 bzw. Art. 5 Abs. 3 KG wird die Beseitigung wirksamen Wettbewerbs von Gesetzes wegen *vermutet*. Die Vermutung der Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs kann durch den Nachweis widerlegt werden, dass trotz der Wettbewerbsabrede noch wirksamer Wettbewerb bestehen bleibt.

222. Um festzustellen, ob die Abrede den wirksamen Wettbewerb beseitigt, ist vorab der relevante Markt abzugrenzen. Dementsprechend legen die folgenden Abschnitte zunächst die relevanten Märkte und Wettbewerbsverhältnisse (B.4.2.1) dar und prüfen dann, ob bei den oben genannten Wettbewerbsabreden die Widerlegung der Vermutung der Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs gelingen dürfte (B.4.2.2).

##### **B.4.2.1 Relevante Märkte und Wettbewerbsverhältnisse**

###### **B.4.2.1.1. Relevante Märkte**

223. Bei der Abgrenzung der relevanten Märkte ist zu bestimmen, welche Waren oder Dienstleistungen für die Marktgegenseite in sachlicher, örtlicher und zeitlicher Hinsicht austauschbar sind.<sup>280</sup>

###### *Sachlich relevante Märkte*

224. Der **sachliche Markt** umfasst alle Waren oder Leistungen, die von der Marktgegenseite hinsichtlich ihrer Eigenschaften und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks als substituierbar angesehen werden (Art. 11 Abs. 3 lit. a VKU,<sup>281</sup> der hier analog anzuwenden ist).<sup>282</sup> Die Definition des sachlich relevanten Marktes erfolgt demnach **aus Sicht der Marktgegenseite** und fokussiert somit auf den strittigen Einzelfall. Der Begriff der «Marktgegenseite» bezeichnet

---

<sup>280</sup> BGE 139 I 72, 92 E. 9.1 m. w. H., *Publigroupe SA et al./WEKO*.

<sup>281</sup> Verordnung vom 17.6.1996 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen (VKU; SR 251.4).

<sup>282</sup> BGE 139 I 72, 93 E. 9.2.3.1, *Publigroupe SA et al./WEKO*.

die Gegenseite derjenigen Unternehmen, welchen die unzulässige Abrede bzw. das unzulässige Verhalten vorgeworfen wird.<sup>283</sup> Massgebend ist, ob aus deren Optik Waren oder Dienstleistungen miteinander im Wettbewerb stehen.<sup>284</sup> Auszugehen ist vom **Gegenstand der** konkreten Untersuchung<sup>285</sup> bzw. **Vorabklärung**.

225. **Ausgangspunkt** sind Abreden zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern über (i) Mindest- oder Festpreise nach Art. 5 Abs. 4 KG für den Wiederverkauf von Yamaha-Motorrädern und Rollern, (ii) einen indirekten Gebietsschutz nach Art. 5 Abs. 4 KG in Bezug auf die Vertragsprodukte (Fahrzeuge, Ersatzteile, Zubehör und Bekleidung der Marke Yamaha) und (iii) die Aufteilung von Kundengruppen nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG in Bezug auf die Belieferung der Kundengruppen Behörden und Handelsbetriebe mit den Vertragsprodukten sowie in Bezug auf die Belieferung der Kundengruppen Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber mit technisch modifizierten Fahrzeugen. **Marktgegenseite** der Generalimporteurin HAG sind ihre offiziellen Vertriebs- und Servicepartner, die Yamaha-Partner in der Schweiz. Da deren Nachfrage nach Yamaha Produkten wiederum vom Nachfrageverhalten der Endverbraucherinnen und Endverbraucher geleitet wird (abgeleitete Nachfrage), ist das Verhalten der Endverbraucherinnen und Endverbraucher Ausgangspunkt der nachfolgenden Analyse. Diese sind die Nachfragerinnen und Nachfrager von Motorrädern, Rollern, Zubehör und Ersatzteilen sowie Accessoires und Bekleidung.

226. Aus den Verträgen, den Angaben der HAG und der Yamaha-Partner-Befragung geht hervor, dass die Yamaha-Partner die Yamaha-Produkte überwiegend an Endkundinnen und Endkunden in der Schweiz verkaufen. Die HAG gibt an, technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen. Laut der Yamaha-Partner-Befragung kommt es zudem auch vor, dass die Yamaha-Partner technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber verkaufen. Dem Sekretariat liegen keine Informationen dazu vor, ob es sich bei den Nachfragern von technisch modifizierten Fahrzeugen ausschliesslich um Endkundinnen und Endkunden handelt. Bei den Behörden ist dies wahrscheinlich der Fall. Bei den Handelsbetrieben und Flottenbetreibern scheint es unklar.

227. Es stellt sich die Frage, ob Fahrzeuge, Zubehör und Ersatzteile anderer Marken für die Marktgegenseite Substitute zu den Yamaha-Fahrzeugen, dem Yamaha-Zubehör und den Yamaha-Ersatzteilen darstellen. Das unter einer Marke eines Herstellers verkaufte Motorrad einer bestimmten Kategorie ist gemäss der Vorabklärung i. S. *Harley-Davidson* mit einem Motorrad der gleichen Kategorie einer anderen Marke funktionell austauschbar (funktionelle Austauschbarkeit).<sup>286</sup> Vor diesem Hintergrund wird für die Zwecke der vorliegenden Vorabklärung davon ausgegangen, dass Yamaha-Fahrzeuge, Zubehör und Ersatzteile von den Endkundinnen und Endkunden als durch Fahrzeuge, Zubehör und Ersatzteile (soweit technisch möglich) anderer Hersteller als **substituierbar** angesehen werden und damit mit diesen im Wettbewerb stehen.

228. In der *Harley Davidson*-Vorabklärung unterteilte das Sekretariat den sachlich relevanten Markt für **Motorräder** weiter nach dem Verwendungszweck der Motorräder (Motocross, Sport, Touring, Cruising, Chopper).<sup>287</sup> Der sachlich relevante Markt für Motorräder könnte allenfalls auch nach dem Hubraum der Fahrzeuge segmentiert werden.<sup>288</sup> Wie die sachlichen Märkte

---

<sup>283</sup> RPW 2010/4, 670 Rz 165, *Hors-Liste Medikamente/Pfizer*.

<sup>284</sup> BGE 139 I 72, 93 E. 9.2.3.1, *Publigroupe SA et al./WEKO*; BGer 2C.75/2014 vom 28.1.2015, E. 3.2, *Hors-Liste Medikamente/Pfizer*.

<sup>285</sup> BGE 139 I 72, 93 E. 9.2.3.1, *Publigroupe SA et al./WEKO*.

<sup>286</sup> RPW 2013/3, 295 Rz 110, *Harley-Davidson Switzerland GmbH*.

<sup>287</sup> RPW 2013/3, 294 f. Rz 104 ff. und 299 Rz 125 f., *Harley-Davidson Switzerland GmbH*.

<sup>288</sup> RPW 2013/3, 294 f. Rz 104 ff. und 299 Rz 125 f., *Harley-Davidson Switzerland GmbH*; Conseil de la concurrence, décision n 03-D-42 relative à des pratiques mises en œuvre par Suzuki et autres sur le marché de la distribution des motocycles, vom 18.8.2003, Rz 12 ff.; Conseil de la concurrence,

konkret abzugrenzen sind, bedürfte weiterer Abklärungen, von denen hier abgesehen wird, da sie keinen Einfluss auf die gegenwärtigen Erwägungen hätten.

229. Das Sekretariat geht im vorliegenden Fall von provisorischen Märkten für **Fahrzeuge (Motorräder und Roller)** aus, zu denen die von den Behörden, Handelsbetrieben und Flottenbetreibern nachgefragten technisch modifizierten Fahrzeuge jeweils auch gehören und lässt offen, ob der Markt für Fahrzeuge in Motorräder und Roller zu segmentieren ist.

230. Der Begriff „**Zubehör und Ersatzteile**“ ist ein Sammelbegriff für alle möglichen technischen und nicht-technischen (An-)Baulemente von einem Motorrad.<sup>289</sup> Darunter fallen nach gängiger Marktauffassung Teile wie Auspuffanlagen, Blinker, Bremsen, Fussrasten, Kupplung, Kühlung, Luftfilter etc.<sup>290</sup> Es wird davon ausgegangen, dass die Marktgegenseite, d. h. die Endkundinnen und Endkunden, bei Bedarf von Zubehör und Ersatzteilen von Motorrädern potenziell auf die Gesamtheit der dahinterstehenden Produkte zurückgreift.<sup>291</sup> Zudem wird das gesamte Portfolio von Zubehör und Ersatzteilen von den Herstellern angeboten.<sup>292</sup> Eine weitere Segmentierung von Zubehör und Ersatzteilen in die jeweiligen einzelnen Unterkategorien ist für die vorliegende Vorabklärung nicht zweckdienlich und wird deshalb offengelassen. Im Folgenden wird deshalb der sachlich relevante Markt für Zubehör und Ersatzteile als Gesamtmarkt aller technischen und nicht-technischen (An-)Baulemente eines Motorrads betrachtet. Die Original Yamaha-Zubehör und Ersatzteile stellen aufgrund ihrer Austauschbarkeit mit gleichwertigen Produkten anderer Hersteller keinen eigenen Markt dar. Sie unterscheiden sich nicht hinsichtlich Funktionalität, Qualität oder Preis. Aus diesem Grund werden Original Yamaha-Zubehör und Ersatzteile dem Markt für Zubehör und Ersatzteilen in seiner Gesamtheit zugeordnet.

231. Zu **Accessoires und Motorradbekleidung** ist Folgendes festzuhalten: Gemäss den verschiedenen Angeboten der Hersteller von **Accessoires** versteht man unter diesem Begriff eine Ansammlung von nicht-technischen Gegenständen, welche ein Motorrad in modischer Hinsicht ergänzen, bzw. einen nebensächlichen Gegenstand, welchen man aufgrund von persönlichen Vorlieben und Wünschen gerne besitzen möchte.<sup>293</sup> Unter „Accessoires“ findet man Gegenstände wie Abdeckplanen, Messer, Gepäckträger, Satteltaschen, Kugelschreiber, Gürtelschnallen, Taschenlampen, Pins, Zierembleme, etc.<sup>294</sup> Auch hier kann im Sinne einer Arbeitshypothese eine weitergehende Segmentierung in engere sachliche Märkte unterlassen werden, da es keinen Einfluss auf das Ergebnis der vorliegenden Abklärungen hat. Der sachlich relevante Markt für Original Yamaha-Accessoires wird deshalb im oben genannten Sinne abgegrenzt. Die Original Yamaha-Accessoires stellen aufgrund ihrer Austauschbarkeit mit gleichwertigen Produkten anderer Hersteller keinen eigenen Markt dar. Sie unterscheiden sich nicht hinsichtlich Funktionalität, Qualität oder Preis. Aus diesem Grund werden Original Yamaha-Accessoires dem Markt für Accessoires in seiner Gesamtheit zugerechnet.

---

décision n 07-D-25 relative aux saisines du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA) à l'encontre de certains constructeurs de motocycles concernant les conditions de distribution de leurs produits, vom 25.7.2007, Rz 12; Conseil de la concurrence, décision n 06-D-26 relative à la saisine des sociétés Lamy Moto et Moto Ouest à l'encontre des sociétés Yamaha Motor France et MBK, vom 15.9.2006, Rz 25 f.

<sup>289</sup> RPW 2013/3, 299 Rz 127, *Harley-Davidson Switzerland GmbH*.

<sup>290</sup> RPW 2013/3, 299 Rz 127, *Harley-Davidson Switzerland GmbH*.

<sup>291</sup> RPW 2013/3, 300 Rz 127, *Harley-Davidson Switzerland GmbH*.

<sup>292</sup> RPW 2013/3, 300 Rz 127, *Harley-Davidson Switzerland GmbH*.

<sup>293</sup> RPW 2013/3, 300 Rz 129, *Harley-Davidson Switzerland GmbH*.

<sup>294</sup> RPW 2013/3, 300 Rz 129, *Harley-Davidson Switzerland GmbH*.

232. Unter **Motorradbekleidung** fallen nach marktüblicher Auffassung alle Kleidungsstücke, welche man üblicherweise zum Motorradfahren braucht. Demnach sind Stiefel, Helme, Handschuhe, Jacken und Hosen darunter zu finden.<sup>295</sup> Für die Zwecke der vorliegenden Vorabklärung wird auf eine weitere Segmentierung verzichtet, da es unwahrscheinlich scheint, dass eine engere Abgrenzung einen Einfluss auf das Ergebnis hat. Als sachlich relevanter Markt für Motorradbekleidung wird deshalb von einem Gesamtmarkt aller Kleidungsstücke im oben genannten Sinne ausgegangen. Die Original Yamaha-Motorradbekleidung stellt aufgrund ihrer Austauschbarkeit mit gleichwertigen Produkten anderer Hersteller keinen eigenen Markt dar. Sie unterscheidet sich nicht hinsichtlich Funktionalität, Qualität oder Preis. Aus diesem Grund wird Original Yamaha-Motorradbekleidung dem Markt für Motorradbekleidung in seiner Gesamtheit zugerechnet.

233. Gestützt auf die erfolgten Erwägungen wird für die Zwecke der vorliegenden Vorabklärung von je separaten sachlich relevanten Märkten für den Verkauf (i) von Fahrzeugen (ein Markt für Motorräder und einer für Roller mit oder ohne technische Modifikationen), (ii) von Zubehör und Ersatzteilen sowie (iii) von Accessoires und Motorradbekleidung ausgegangen.

#### *Räumlich relevante Märkte*

234. Der räumliche relevante Markt umfasst das **Gebiet**, in welchem die Marktgegenseite die den sachlichen Markt umfassenden Waren oder Leistungen nachfragt oder anbietet (Art. 11 Abs. 3 lit. b VKU, der hier analog anzuwenden ist).<sup>296</sup> Für die räumliche Marktabgrenzung ist relevant, **wo** die von einer Wettbewerbsabrede betroffene **Marktgegenseite** die betroffenen Produkte **nachfragt**.

235. Yamaha-Produkte werden in der Schweiz nach Angaben der HAG durch über 90 offizielle Yamaha-Händler vertrieben.<sup>297</sup> Es ist anzunehmen, dass die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten vornehmlich bei ihrem nächstgelegenen Yamaha-Händler ihr Motorrad kaufen. Dass ein gewisser Import aus dem angrenzenden Ausland und weiteren EU-Ländern besteht, weist auf eine weitere räumliche Abgrenzung als einer lediglich nationalen hin. Endkundinnen und Endkunden in der Schweiz dürften das Zubehör und die Ersatzteile und die Accessoires und Motorradbekleidung ebenfalls primär in der Schweiz, jedoch zumindest auch punktuell im Ausland nachfragen.

236. Für die Zwecke dieser Vorabklärung wird in Anlehnung an andere Verfahren<sup>298</sup> von einem **mindestens nationalen Markt** ausgegangen. In Bezug auf die Bestimmung der Marktanteile ist dabei ausschliesslich die Nachfrage in der Schweiz relevant, da diese von einer allfälligen Wettbewerbsbeschränkung betroffen ist.

#### **B.4.2.1.2. Wettbewerbsverhältnisse**

##### *Inter- und Intra-brandwettbewerb*

237. Mit Bezug auf Abreden nach Art. 5 Abs. 4 KG ist für die Widerlegung der Vermutung eine Gesamtbetrachtung des Marktes unter Berücksichtigung des Intra-brand- und des Inter-brand-Wettbewerbs massgebend. Ausschlaggebend ist, ob genügend **Intra-brand- oder Inter-brand-Wettbewerb** auf dem relevanten Markt besteht oder die Kombination der beiden zu genügend wirksamem Wettbewerb führt (Ziff. 11 VertBek).

---

<sup>295</sup> RPW 2013/3, 300 Rz 130, *Harley-Davidson Switzerland GmbH*.

<sup>296</sup> BGE 139 I 72, 92 E. 9.2.1 m. H., *Publigroupe SA et al./WEKO*.

<sup>297</sup> Act. 6, S. 1.

<sup>298</sup> RPW 2013/3, 300 Rz 131 ff., *Harley-Davidson Switzerland GmbH*; Conseil de la concurrence, décision n 03-D-42 relative à des pratiques mises en œuvre par Suzuki et autres sur le marché de la distribution des motocycles, vom 18.8.2003, Rz 12.

238. Vorliegend bezieht sich der **Interbrand-Wettbewerb** auf den Wettbewerb zwischen verschiedenen Herstellern von Fahrzeugen, Zubehör und Ersatzteilen sowie Accessoires und Motorradbekleidung.

239. Betreffend Interbrand-Wettbewerb ist festzuhalten, dass gemäss der HAG der Marktanteil der HAG (Yamaha) in der Schweiz im **Marktsegment für Motorräder** im Jahr 2018 bei [10-20 %] lag. Gemäss der HAG hätten Konkurrenten der HAG auf dem Markt für Motorräder im Jahr 2018 folgende Marktanteile gehabt: BMW [10-20 %], Honda [10-20 %] und Harley-Davidson [10-20 %].<sup>299</sup> Der Marktanteil der HAG (Yamaha) in der Schweiz im **Marktsegment für Roller** lag gemäss der HAG im Jahr 2018 bei [20-30 %]. Gemäss der HAG hätten Konkurrenten der HAG auf dem Markt für Roller im Jahr 2018 folgende Marktanteile gehabt: Vespa [20-30 %], Honda [10-20 %] und SYM [0-10 %].<sup>300</sup> Die HAG konnte keine Angaben zu den Marktverhältnissen betreffend Ersatzteile und Zubehör für Motorräder und Roller sowie für Accessoires und Bekleidung machen.<sup>301</sup> Hinsichtlich der konkreten Marktverhältnisse wären weitere Abklärungen erforderlich.

240. Der **Intrabrand-Wettbewerb** bezieht sich vorliegend insbesondere auf die Fragen, ob zwischen den Yamaha-Partnern Preiswettbewerb besteht und ob die Yamaha-Partner in der Schweiz Parallelimporte von Yamaha Motorrädern, Zubehör und Ersatzteile sowie Accessoires und Motorradbekleidung in genügendem Umfang tätigen bzw. tätigen können.

241. Betreffend **Preiswettbewerb** zwischen den Yamaha-Partnern ergeben die Abklärungen des Sekretariats, dass in rund 93 % der Fahrzeugverkäufe das Fahrzeug (gemäss der Preisanschriftsklauseln) mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet wurde und der Befolgungsgrad der Preisempfehlungen der HAG in Bezug auf die Anzahl Verkaufsstellen, die mindestens die Hälfte der Fahrzeuge zum empfohlenen Verkaufspreis verkauften (Rz 132 bzw. Abbildung 4) bei ca. 42 % und in Bezug auf die Anzahl Einheiten, die zum empfohlenen Verkaufspreis verkauft wurden bei ca. 40 % (Fahrzeug im Grundmodell) bzw. 31 % (Fahrzeug inkl. Sonderausstattungen) liegt. Schliesslich ist bezüglich des Umfanges der Rabatte anzumerken, dass die gewährten Rabatte durchschnittlich einen Anteil von [10-20]% an der Brutomarge der Yamaha-Partner darstellen (Rz 136). Die Yamaha-Partner gewähren Rabatte, so dass zwischen den Yamaha-Partnern ein gewisser Preiswettbewerb stattfindet. Zudem dürfte zwischen den Yamaha-Partnern ein gewisser Beratungswettbewerb bestehen.

242. Zu **Parallelimporten** von Fahrzeugen aus der Europäischen Gemeinschaft in die Schweiz gibt die HAG an, diese seien wegen der Konformitätsbescheinigung möglich und für andere Produktkategorien würden keine Hindernisse bei einem Parallelimport bestehen (Rz 53). Hinsichtlich der Möglichkeit von Parallelimporten gibt die Mehrheit der Yamaha-Partner an, dass der Parallelimport von Yamaha-Produkten möglich sei (Rz 58). Lediglich ein Yamaha-Partner (5 %) gibt an, Parallelimporte von Yamaha-Produkten zu tätigen (Rz 58). Bezüglich der Anzahl parallel- und direktimportierter Fahrzeuge 2018 gab die HAG an, dass diese ca. 0,6 % aller Fahrzeuge betreffen würden. Diese niedrige Anzahl lasse sich u. a. mit den attraktiven Preisen erklären (Rz 53).

243. Zusammenfassend ist gestützt auf die (nicht abschliessenden) Ermittlungen des Sekretariats und die Angaben der HAG, davon auszugehen, dass auf den Märkten für Motorräder und Roller ein gewisses Mass an Inter- und Intrabrand-Wettbewerb bestand bzw. besteht.

---

<sup>299</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 37, Quelle ASTRA.

<sup>300</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 37, Quelle ASTRA.

<sup>301</sup> Act. 10, Antwort zu Frage 37.

## *Aussen- und Innenwettbewerb*

244. Mit Bezug auf Abreden nach Art. 5 Abs. 3 KG, kann die Vermutung der Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs durch den Nachweis widerlegt werden, dass trotz der Wettbewerbsabrede zumindest wirksamer Restwettbewerb besteht. Um zu entscheiden, ob die gesetzliche Vermutung widerlegt ist, untersuchen die Wettbewerbsbehörden praxisgemäss zwei Arten von disziplinierenden Kräften.<sup>302</sup> Erstens wird der Wettbewerbsdruck von nicht an der Abrede beteiligten Unternehmen geprüft (**Aussenwettbewerb**).<sup>303</sup> Zweitens betrachten die Wettbewerbsbehörden den allenfalls verbleibenden Wettbewerb unter den Teilnehmern der Abreden (**Innenwettbewerb**).<sup>304</sup>

245. Bei der Analyse des **Aussenwettbewerbs** überprüfen die Wettbewerbsbehörden die disziplinierende Wirkung sowohl aktueller als auch potentieller Konkurrenten.<sup>305</sup> Aktueller Wettbewerb geht von Unternehmen aus, welche vergleichbare Produkte und Leistungen auf demselben Markt anbieten.<sup>306</sup> Potentielle Wettbewerber sind Unternehmen, die mittelfristig mit einem vergleichbaren Angebot in den Markt eintreten können.<sup>307</sup> Hinreichender Aussenwettbewerb liegt dann vor, wenn Drittunternehmen, die sich nicht an der Abrede beteiligen, die Wettbewerbskräfte auf dem relevanten Markt soweit zu beeinflussen vermögen, dass der wirksame Wettbewerb nicht beseitigt ist.<sup>308</sup> Hierzu ist die Intensität des tatsächlichen Aussenwettbewerbs anhand der konkreten Marktstrukturen zu beurteilen.<sup>309</sup> Entscheidend ist dabei das Gewicht von Drittunternehmen auf dem relevanten Markt im Verhältnis zu den Abredeteilnehmern.<sup>310</sup>

246. Mit Bezug auf den Aussenwettbewerb ist im vorliegenden Fall den Marktanteilen der Konkurrenten der HAG Rechnung zu tragen. Dem Sekretariat liegen nur die Marktanteile bezüglich **Motorräder und Roller** vor. Aus diesen geht hervor, dass Drittunternehmen im Verhältnis zur HAG auf diesen Märkten ein ausreichendes Gewicht haben dürften, um eine disziplinierende Wirkung zu entfalten.

247. **Innenwettbewerb** kann in zweierlei Hinsicht bestehen: Entweder weil sich die Abredeteilnehmer nicht an die Abrede halten (quantitative Komponente des Innenwettbewerbs) oder weil trotz Abrede weiterhin ausreichend Wettbewerb zwischen ihnen hinsichtlich nicht abgeprochener, im konkreten Markt aber mitentscheidender Wettbewerbsparameter besteht (qualitative Komponente des Innenwettbewerbs, Rest- oder Teilwettbewerb).<sup>311</sup>

248. Mit Bezug auf den Innenwettbewerb gibt die Mehrheit der Yamaha-Partner in der Befragung an, sich nicht an die horizontale Kundenabrede zu halten. Ein ausreichender Innenwettbewerb in Bezug auf die Belieferung von Behörden und Handelsbetrieben mit Vertragsprodukten dürfte somit bestehen.

249. Zusammenfassend ist gestützt auf die (nicht abschliessenden) Ermittlungen des Sekretariats und die Angaben der HAG, davon auszugehen, dass auf den Märkten für Motorräder und Roller ein ausreichendes Mass an Aussen- und Innenwettbewerb bestand bzw. besteht.

---

<sup>302</sup> RPW 2019/3b, 964 Rz 2323, *Badezimmer*.

<sup>303</sup> RPW 2019/3b, 964 Rz 2323, *Badezimmer*.

<sup>304</sup> RPW 2019/3b, 964 Rz 2323, *Badezimmer*.

<sup>305</sup> RPW 2019/3b, 964 Rz 2324, *Badezimmer*.

<sup>306</sup> RPW 2019/3b, 964 Rz 2324, *Badezimmer*.

<sup>307</sup> RPW 2019/3b, 964 Rz 2324, *Badezimmer*.

<sup>308</sup> RPW 2020/4a, 1820 Rz 458, *Bauleistungen Graubünden*.

<sup>309</sup> RPW 2020/4a, 1820 Rz 458, *Bauleistungen Graubünden*.

<sup>310</sup> RPW 2020/4a, 1820 Rz 458, *Bauleistungen Graubünden*.

<sup>311</sup> RPW 2020/4a, 1822 Rz 467, *Bauleistungen Graubünden* mit Verweis auf BGE 129 II 18, E. 8.3.4, *Buchpreisbindung*; RPW 2019/3b, 964 Rz 2325, *Badezimmer*.

#### B.4.2.2 Widerlegung der Vermutung der Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs

250. Es braucht im Rahmen einer Vorabklärung nicht eingehend geprüft zu werden, ob die gesetzliche Vermutung der Wettbewerbsbeseitigung umgestossen werden kann.<sup>312</sup> Im Rahmen der Vorabklärung ist einzig zu eruieren, ob ein Anfangsverdacht für eine erhebliche Wettbewerbsbeschränkung besteht, welcher das Anregen von Massnahmen zur Beseitigung oder Verhinderung von Wettbewerbsbeschränkungen gemäss Art. 26 Abs. 2 KG oder die Eröffnung einer Untersuchung gemäss Art. 27 KG rechtfertigt.<sup>313</sup>

##### *Vertikale Preis- und Gebietsschutzabreden*

251. Sowohl für die vertikalen Preisabreden als auch für die vertikalen indirekten Gebietsabreden dürfte vor dem Hintergrund der dargelegten Marktverhältnisse, namentlich, dass auf den Märkten für Motorräder und Roller ein ausreichendes Mass an Inter- und Intra-brand-Wettbewerb bestanden haben bzw. bestehen, um die Vermutung der Beseitigung wirksamen Wettbewerbs nach Art. 5 Abs. 4 KG zu widerlegen.

##### *Horizontale Kundenabreden*

252. Vor dem Hintergrund der dargelegten Marktverhältnisse, namentlich, dass auf den Märkten für Motorräder und Roller ein ausreichendes Mass an Aussenwettbewerb bestand bzw. besteht, d. h. Drittunternehmen im Verhältnis zur HAG auf diesen Märkten ein ausreichendes Gewicht haben, um eine disziplinierende Wirkung zu entfalten, dürfte die Widerlegung der Vermutung der Beseitigung wirksamen Wettbewerbs nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG gelingen.

#### B.4.3 Erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs

253. Kann die Vermutung der Beseitigung wirksamen Wettbewerbs widerlegt werden, gelten Abreden nach Art. 5 Abs. 4 bzw. Art. 5 Abs. 3 KG gemäss der Rechtsprechung des Bundesgerichts als grundsätzlich erhebliche Wettbewerbsabreden i. S. v. Art. 5 Abs. 1 KG.<sup>314</sup> Dies gilt unabhängig von quantitativen Kriterien wie dem Marktanteil der beteiligten Unternehmen sowie tatsächlicher Auswirkungen und der erfolgten Umsetzung der Abrede.

254. Hinsichtlich der oben genannten Abreden zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern sind zurzeit keine Elemente ersichtlich, welche auf eine Ausnahme von der grundsätzlichen Erheblichkeit hinweisen würden.

#### B.4.4 Rechtfertigung

255. Erweist sich die durch eine Abrede bewirkte Beeinträchtigung als erheblich, ist zu prüfen, ob die Abrede durch Gründe der wirtschaftlichen Effizienz i. S. v. Art. 5 Abs. 2 KG zu rechtfertigen ist. 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.

##### *Vertikale Preisabreden*

256. Im Zusammenhang mit den **Preisanschriftsklauseln**, erklärte die HAG, dass die Beschriftung der Fahrzeuge mit den empfohlenen Verkaufspreisen dem Kunden eine transparente Kommunikation gewährleisten solle. Die HAG brachte zudem vor, aus «Gründen des

<sup>312</sup> RPW 2020/4a, 1570 Rz 222, *SwissZinc AG*.

<sup>313</sup> RPW 2020/4a, 1570 Rz 222, *SwissZinc AG*.

<sup>314</sup> BGE 147 II 72, 101 ff. E. 6.1 und 6.5, *Pfizer m. w. H.*; BGE 143 II 297, 318 ff. E. 5.2.5, E. 5.6 und E. 9.4.6, *Gaba*; BGE 144 II 246, 262 ff. E. 10, *Altimum SA*.

*einheitlichen Auftritts»* den Yamaha-Partnern Fahrzeugbeschriftungen für den Showroom zur Verfügung zu stellen, die mit der Angabe von unverbindlichen Preisempfehlungen versehen seien.

257. Dazu ist anzumerken, dass die Beschriftung des Fahrzeuges mit dem empfohlenen Verkaufspreis für einen einheitlichen Auftritt nicht erforderlich ist und sonstige visuelle Massnahmen genügen, so dass die Begründung der HAG insbesondere hinsichtlich der Notwendigkeit nicht überzeugt. Weitere Rechtfertigungsgründe für vertikale Preisabreden sind im vorliegenden Fall nicht ersichtlich.

#### *Vertikale Gebietsschutzabreden*

258. Die HAG führt aus, dass die **Alleinbezugsverpflichtung** der Yamaha-Partner der Qualitätssicherung und Sicherstellung von Reparatur-, Wartungs- und Garantieleistungen dienen solle. Mit der Verpflichtung der Yamaha-Service-Stellen, Vertragsprodukte nur von der HAG und insbesondere Yamaha-Fahrzeuge nur von den ihnen zugewiesenen Yamaha-Vertretungen zu beziehen, solle die Qualität gesichert und der Know-how-Transfer gewährleistet werden und somit sollen keine Doppelspurigkeiten und Missverständnisse entstehen. Dazu ist anzumerken, dass Qualitätssicherung auch ohne Bezugspflichten verfolgt werden kann, so dass die geltend gemachten Rechtfertigungsgründe insbesondere hinsichtlich der Notwendigkeit nicht überzeugen. Eine abschliessende Analyse kann gestützt auf die verfügbaren Informationen nicht vorgenommen werden.

259. Die HAG begründet die vertragliche **Garantiebeschränkung** auf von der HAG importierte Fahrzeuge und bis 2021 Ersatzteile damit, dass YMC der HAG andere Garantieleistungen grundsätzlich nicht rückvergüten würde, was jedoch dem Wortlaut des Warranty Agreements zwischen der HAG und YMC widerspricht. Selbst wenn dies nicht der Fall wäre, würde eine solche Vereinbarung keinen Rechtfertigungsgrund darstellen.

#### *Horizontale Kundenabreden*

260. Zu den Vertragsbestimmungen, die den Yamaha-Vertretungen untersagten, **Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen** (Rz 97), macht die HAG keine Rechtfertigungsgründe geltend. Rechtfertigungsgründe sind auch nicht ersichtlich und es liegen Anhaltspunkte für unzulässige Abreden nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG vor. Die HAG erklärt, dass es den Yamaha-Partnern nicht untersagt sei, Standardfahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe oder Flottenbetreiber zu liefern und die Klausel dazu missverständlich formuliert sei. Die Mehrheit der Yamaha-Partner gibt an, Standardfahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu liefern. Dies deutet auf einen rein formellen Charakter des Belieferungsverbotes in den Verträgen 2017 der Yamaha-Vertretungen von Behörden und Handelsbetrieben hin und darauf, dass dieses nicht gelebt und die Abrede nicht umgesetzt wurde. Unter Berücksichtigung der erfolgten Vertragsanpassung, namentlich der ersatzlosen Streichung der entsprechenden Bestimmung, verzichtet das Sekretariat auf weitere Abklärungen zu Rechtfertigungsgründen und auf eine diesbezügliche Anregung.

261. Den vertraglichen Vorbehalt der HAG, als einzige **technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen** (Rz 98 ff.), begründete die HAG damit, dass die betroffenen Fahrzeuge zwingend von YMC vorgängig abgenommen werden müssten und Yamaha dafür strenge Richtlinien vorgebe und der Vertrieb dieser Fahrzeuge deshalb für die Yamaha-Partner gar nicht möglich wäre. Vier Yamaha-Partner geben tatsächlich an, keine technisch modifizierten Fahrzeuge aufgrund fehlender Kapazitäten zu verkaufen (Rz 105). Demgegenüber geben drei Yamaha-Partner an, technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber verkauft zu haben (Rz 105).

Die HAG gibt zudem an, die KFZ-Bek<sup>315</sup> und die VertBek würden nicht regeln, dass das Flotengeschäft mit technisch modifizierten Fahrzeugen nicht dem Importeur vorbehalten bleiben darf. Eine entsprechende Regelung sei auch nicht aus der Rechtsprechung oder der Literatur ersichtlich. Der Exklusivvertrieb sei nach Ziff. 12 Abs. 2 lit. b(i) VertBek keine qualitativ schwerwiegende Beeinträchtigung des Wettbewerbs, sofern Passivverkäufe möglich sind. Da die HAG alle Yamaha-Partner gleich behandle, fehle es auch an einer allfälligen Diskriminierung nach Art. 7 KG.<sup>316</sup> Schliesslich kündigte die HAG dem Sekretariat an, aus diesen Gründen die Anregung des Sekretariats, die Verträge dahingehend anzupassen, dass die Yamaha-Partner frei sind, Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber mit technisch modifizierten Fahrzeugen zu beliefern, nicht umzusetzen.

262. Aus Sicht des Sekretariats bestehen Hinweise, dass den Yamaha-Partnern tatsächlich die Kapazitäten und das Know-how für technische Modifikationen fehlen. Damit könnte die Abrede zu einer Verbesserung der Qualität des Produktes führen, namentlich zu notwendigen Spezialisierungen, welche den Bedürfnissen der Endkundinnen und Endkunden besser entsprechen. Die Feststellung von Rechtfertigungsgründen bedürfte allerdings weiterer Abklärungen. Aufgrund der geringen Anzahl betroffener Produkte, der vergleichsweise tiefen Umsätze, die sie generieren, dürften die Auswirkungen dieser Abrede auf den Wettbewerb gering sein. Unter Berücksichtigung vorgenannter Umstände sowie der Tatsache, dass die HAG das Hauptproblem im Zusammenhang mit einer Kundenaufteilung behoben hat, indem die HAG die oben genannte Klausel aus ihren Verträgen gestrichen hat, verzichtet das Sekretariat darauf, der HAG Anregungen in Bezug auf den Verkauf technisch modifizierter Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu unterbreiten sowie auf weitere Abklärungen in dieser Hinsicht.

## **B.5 Unzulässige Wettbewerbsabreden nach Art. 5 Abs. 1 KG**

263. Laut 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, unzulässig.

264. Dementsprechend wird im Folgenden geprüft, ob Anhaltspunkte für ein Wettbewerbsverbot i. S. v. Art. 5 Abs. 1 KG betreffend Ersatzteile von konkurrierenden Herstellern bestehen (B.5.1), ob eine erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs vorliegt (B.5.2) und, sofern dies der Fall ist, ob es eine Rechtfertigung für die Abrede gibt (B.5.3).

### **B.5.1 Wettbewerbsverbote betreffend Ersatzteile von konkurrierenden Herstellern**

265. Nach Ziff. 6 VertBek umfassen Wettbewerbsverbote insbesondere alle unmittelbaren oder mittelbaren Verpflichtungen, die den Abnehmer veranlassen, keine Waren oder Dienstleistungen herzustellen, zu beziehen, zu verkaufen oder weiterzuverkaufen, die mit den Vertragswaren oder -dienstleistungen im Wettbewerb stehen. Nach Ziff. 12 Abs. 2 lit. f VertBek werden Abreden als qualitativ schwerwiegend betrachtet, wenn sie Wettbewerbsverbote, welche für eine unbestimmte Dauer oder für eine Dauer von mehr als fünf Jahren vereinbart werden zum Gegenstand haben. Zu prüfen ist, ob (i) aufgrund der Vertragsklauseln, die einen **Garantieausschluss** vorsahen, wenn Teile fremder Herkunft (d. h. von konkurrierenden Herstellern) eingebaut wurden (Rz 75) und (ii) aufgrund der vertraglichen Verpflichtung der Yamaha-Partner **nur Yamaha-Originalteile zu verkaufen** und zu **verwenden** (Rz 77), Anhaltspunkte für Wettbewerbsverbote nach Art. 5 Abs. 1 KG (i. V. m. Ziff. 12 Abs. 2 lit. f VertBek) vorliegen.

---

<sup>315</sup> Bekanntmachung der Wettbewerbskommission vom 29.6.2015 über die wettbewerbsrechtliche Behandlung von vertikalen Abreden im Kraftfahrzeugsektor (KFZ-Bekanntmachung, KFZ-Bek).

<sup>316</sup> Act. 123, Rz 9 f.

266. Mit den Vertragsklauseln, die einen **Garantiewausschluss** vorsahen, wenn Teile fremder Herkunft (d. h. von konkurrierenden Herstellern) eingebaut wurden (Rz 75), waren die Yamaha-Partner während der Dauer der Herstellergarantie in den Jahren vor 2021 verpflichtet, bei Wartungs-, Service- und Garantieleistungen ausschliesslich Yamaha-Originalersatzteile zu verwenden. Die Mehrheit der befragten Yamaha-Partner gibt an, die Garantie verfalle, wenn im Rahmen von Service- und Wartungsarbeiten Ersatzteile verwendet werden, die von Drittanbietern stammen und von der HAG nicht autorisiert sind (Rz 89). Damit dürfte ein Wettbewerbsverbot vorliegen. Jedes Wettbewerbsverbot gilt für die Dauer der Herstellergarantie, d. h. ein bzw. zwei Jahre je Fahrzeug und wurde also nicht für eine unbestimmte Dauer oder eine Dauer von mehr als fünf Jahren vereinbart. Es ist somit nicht qualitativ schwerwiegend.

267. Die vertraglichen Verpflichtungen der Yamaha-Partner, **nur Yamaha-Originalteile zu verkaufen** und zu **verwenden** (Rz 77), können eine Wettbewerbsbeschränkung bewirken, wenn sie einen Mehrmarkenvertrieb in Bezug auf Ersatzteile zu unterbinden. Anzumerken ist, dass die Mehrheit der Yamaha-Partner angibt, Ersatzteile, die mit Yamaha-Produkten im Wettbewerb stehen, zu beziehen und konkurrierende Ersatzteile zu verkaufen (Rz 90). Damit weicht die gelebte Vertragswirklichkeit wohl vom Wortlaut des Vertrages ab. Der Zeitraum, für den Wettbewerbsverbote betreffend den Verkauf von Ersatzteilen konkurrierender Hersteller vereinbart wurden, ist unbegrenzt, da die Rahmenverträge 2017/2018 mit den Yamaha-Partnern jeweils für eine unbestimmte Dauer abgeschlossen wurden. Mit den Ersatzteilklauseln dürften in casu qualitativ schwerwiegende Abreden nach Ziff. 12 Abs. 2 lit. f VertBek zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern für den Zeitraum vor 2021 über ein Wettbewerbsverbot betreffend den Verkauf von Ersatzteilen konkurrierender Hersteller vorliegen.

### **B.5.2 Erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs**

268. Bei allen Wettbewerbsabreden, die *nicht* unter Art. 5 Abs. 3 oder Abs. 4 KG fallen, sind bei der Prüfung der Erheblichkeit sowohl qualitative wie auch quantitative Kriterien zu berücksichtigen. Die Abwägung dieser beiden Kriterien erfolgt einzelfallweise in einer Gesamtbeurteilung. Dabei kann eine qualitativ schwerwiegende Beeinträchtigung trotz quantitativ geringfügiger Auswirkungen erheblich sein. Umgekehrt kann eine Beeinträchtigung mit quantitativ beträchtlichen Auswirkungen den Wettbewerb erheblich beeinträchtigen, auch wenn sie qualitativ nicht schwerwiegend ist (Ziff. 12 Abs. 1 lit. b VertBek).<sup>317</sup>

269. Mit den Vertragsklauseln, die einen **Garantiewausschluss** vorsahen, wenn Teile fremder Herkunft (d. h. von konkurrierenden Herstellern) eingebaut wurden (Rz 75), waren die Yamaha-Partner in den Jahren vor 2021 verpflichtet, bei Wartungs-, Service- und Garantieleistungen ausschliesslich Yamaha-Originalersatzteile zu verwenden. Die Dauer dieser Wettbewerbsverbote lag unter fünf Jahren. Für die Dauer der Herstellergarantie ergeben sich aus dieser Verpflichtung **keine Hinweise auf eine erhebliche Wettbewerbsbeschränkung**. Die HAG hat zudem die Klausel inzwischen angepasst, so dass sich das Wettbewerbsverbot nur auf den Zeitraum vor 2021 bezieht.

270. Die Verpflichtung der Yamaha-Partner, **nur Yamaha-Originalteile zu verkaufen** und zu **verwenden** (Rz 77), war unbegrenzt und dürfte eine qualitativ schwerwiegende vertikale Abrede über ein Wettbewerbsverbot bzgl. Ersatzteile nach Ziff. 12 Abs. 2 lit. f VertBek darstellen. Nach Ziff. 13 Abs. 1 VertBek führen vertikale Wettbewerbsabreden, welche nicht unter Ziff. 10 oder 12 Abs. 2 lit. b bis e VertBek fallen, in der Regel nicht zu einer erheblichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs, wenn kein an der Abrede beteiligtes Unternehmen auf einem von der Abrede betroffenen relevanten Markt einen Marktanteil von 15 % überschreitet. Wird diese Marktanteilsschwelle überschritten, ist die Erheblichkeit des Wettbewerbsverbots im Einzelfall zu prüfen. Vorliegend sind die Marktverhältnisse auf dem Ersatzteilemarkt unbekannt, sodass

---

<sup>317</sup> BGE 143 II 297, 316 E. 5.2.2, *Gaba*.

ohne weitere Abklärungen keine Aussagen über die Erheblichkeit des vereinbarten Wettbewerbsverbots bezüglich Ersatzteilen getroffen werden können. Anzumerken ist, dass die Mehrheit der Yamaha-Partner angibt Ersatzteile, die mit Yamaha-Produkten im Wettbewerb stehen zu beziehen und konkurrierende Ersatzteile zu verkaufen (Rz 90) und die gelebte Vertragswirklichkeit vom Wortlaut des Vertrages abweichen dürfte. Die HAG hat zudem die Klausel inzwischen angepasst, so dass sich das Wettbewerbsverbot nur auf den Zeitraum vor 2021 bezieht. Die Feststellung der **Erheblichkeit** der Abrede zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern bedürfte weiterer Abklärungen.

### **B.5.3 Rechtfertigung**

271. Wettbewerbsabreden sind gemäss Art. 5 Abs. 2 KG unter oben genannten Voraussetzungen (Rz 255 f.) durch Gründe der wirtschaftlichen Effizienz gerechtfertigt. Sollten die oben genannten Wettbewerbsverbote eine erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs darstellen, wären allfällige Rechtfertigungsgründe zu prüfen. Diese Prüfung bedürfte weiterer Abklärungen. Darauf wird angesichts der bereits erfolgten Vertragsanpassungen verzichtet.

## **B.6 Ergebnis**

272. Die Ergebnisse der Vorabklärung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Aufgrund der bis im Jahr 2021 bestehenden vertraglichen Verpflichtung der Yamaha-Partner, die Fahrzeuge mit den empfohlenen Verkaufspreisen zu beschriften (Preisanschriftsklauseln; Ziff. 2.1 Liefervereinbarungen 2018 Yamaha-Vertretung bzw. Yamaha-Service-Stelle, Rz 111), der Tatsache, dass die HAG den Yamaha-Partnern Preisanschriften zur Verfügung stellte, des Umstandes, dass im Durchschnitt in rund 93 % der Fahrzeugverkäufe das Fahrzeug (gemäss Preisanschriftsklauseln) mit dem empfohlenen Verkaufspreis der HAG beschriftet wurde, der Hinweise auf Druck und Anreize (Rz 172) sowie der Abgabe der (allgemein zugänglichen) Preisempfehlungen der HAG, die nicht ausdrücklich als unverbindlich gekennzeichnet waren, liegen Anhaltspunkte für unzulässige vertikale Preisabreden gemäss Art. 5 Abs. 4 KG zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern hinsichtlich des Verkaufs von Motorrädern und Rollern vor. Das Sekretariat hat der HAG Anregungen hinsichtlich Preisgestaltung unterbreitet (Rz 273, Ziff. 1). Die HAG hat dem Sekretariat zugesichert, diese umzusetzen (Rz 19). Sofern die HAG die Anregungen nach Art. 26 Abs. 2 KG umsetzt, wird vorläufig darauf verzichtet, im Einverständnis mit einem Mitglied des Präsidiums eine Untersuchung zu eröffnen. Das Sekretariat weist darauf hin, dass sich dieses Vorgehen insbesondere auf die sehr gute Kooperation der HAG sowie den Befolgungsgrad der Preisempfehlungen der HAG durch die Yamaha-Partner abstützt.
- Die Vertragsbestimmungen, die eine Alleinbezugsverpflichtung der Yamaha-Partner für die Vertragsprodukte vorsehen (Ziff. 4.1 Rahmenvertrag 2017 Yamaha-Vertretung Rz 41, Ziff. 4.1, Satz 1 revidierter Rahmenvertrag 2021 Yamaha-Vertretung Rz 44, Ziff. 4.1 Rahmenvertrag 2018 Yamaha-Service-Stelle Rz 46, Ziff. 4.1 revidierter Rahmenvertrag 2021 Yamaha-Service-Stelle), ergeben Anhaltspunkte für unzulässige indirekte absolute Gebietsschutzabreden gemäss Art. 5 Abs. 4 KG hinsichtlich Yamaha-Produkten. Das Sekretariat hat der HAG Anregungen hinsichtlich der Alleinbezugsverpflichtung unterbreitet (Rz 273, Ziff. 2). Die HAG hat dem Sekretariat zugesichert, diese umzusetzen (Rz 19). Sofern die HAG die Anregungen nach Art. 26 Abs. 2 KG umsetzt, wird vorläufig darauf verzichtet, im Einverständnis mit einem Mitglied des Präsidiums eine Untersuchung zu eröffnen.
- Um zu vermeiden, dass sich die Winterbestellung, die eine vertragliche Mindestbestellmenge vorsieht (Ziff. 2.13 revidierte Liefervereinbarung 2021 Yamaha-Vertretung), wie

eine Alleinbezugsverpflichtung auswirkt, empfiehlt das Sekretariat der HAG, die Klausel dahingehend zu präzisieren, dass die Winterbestellung ein Sonderangebot darstellt und es optional für die Yamaha-Vertretungen ist, diese Bestellung zu tätigen.

- Die Weigerung der HAG, die während der Dauer der Herstellergarantie durch Yamaha-Partner an parallel- oder direktimportierten Fahrzeugen erbrachten Garantieleistungen zu vergüten bzw. die vertragliche Beschränkung der Herstellergarantie auf von HAG importierte Yamaha-Fahrzeuge und -Originalersatzteile (Ziff. 4.2 Liefervereinbarungen 2018 Yamaha-Vertretung bzw. Yamaha-Service-Stelle, Ziff. 4.11 Liefervereinbarungen 2018 Yamaha-Vertretung bzw. Yamaha-Service-Stelle, Rz 71 ff.) ergeben Anhaltspunkte für unzulässige indirekte absolute Gebietsschutzabreden gemäss Art. 5 Abs. 4 KG hinsichtlich Yamaha-Fahrzeugen und -Originalersatzteilen. Das Sekretariat hat der HAG Anregungen hinsichtlich Garantieleistungen für Fahrzeuge und Originalersatzteile der HAG unterbreitet (Rz 273, Ziff. 3). Die HAG hat dem Sekretariat zugesichert, diese umzusetzen (Rz 19). Sofern die HAG die Anregungen nach Art. 26 Abs. 2 KG umsetzt, wird vorläufig darauf verzichtet, im Einverständnis mit einem Mitglied des Präsidiums eine Untersuchung zu eröffnen.
- Mit den Vertragsbestimmungen, die den Yamaha-Vertretungen untersagen, Vertragsprodukte an Behörden und Handelsbetriebe zu verkaufen (Ziff. 4.1 Abs. 2 Rahmenvertrag 2017 Yamaha-Vertretung, Rz 96 f.), liegen Anhaltspunkte für unzulässige horizontale Kundenabreden nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG vor, da keine Rechtfertigungsgründe ersichtlich sind. Unter Berücksichtigung der erfolgten Vertragsanpassung, namentlich der ersatzlosen Streichung der entsprechenden Bestimmung, verzichtet das Sekretariat auf diesbezügliche Anregungen.
- Mit den Vertragsbestimmungen, die der HAG vorbehalten, als einzige Anbieterin technisch modifizierte Fahrzeuge an Behörden, Handelsbetriebe und Flottenbetreiber zu verkaufen (Ziff. 4.1 Abs. 2 Rahmenvertrag 2018 Yamaha-Service-Stelle, Ziff. 3.1 revidierte Rahmenverträge 2021 Yamaha-Vertretung bzw. Yamaha-Service-Stelle, Rz 98 ff.), liegen Anhaltspunkte für grundsätzlich erhebliche horizontale Kundenabreden nach Art. 5 Abs. 3 lit. c KG. Aufgrund der geringen Anzahl betroffener Produkte, der vergleichsweise tiefen Umsätze, die sie generieren und der Hinweise auf allfällige Rechtfertigungsgründe, verzichtet das Sekretariat auf weitere Abklärungen zu Rechtfertigungsgründen und auf eine diesbezügliche Anregung.
- Mit den Vertragsklauseln, die einen Garantiausschluss vorsahen, wenn Teile fremder Herkunft (d. h. von konkurrierenden Herstellern) eingebaut werden (Ziff. 4.4 Liefervereinbarungen 2018 Yamaha-Vertretung bzw. Yamaha-Service-Stelle, Rz 75), dürften bis im Jahr 2021 (aufgrund der Dauer wohl nicht erhebliche) vertikale Abreden über ein Wettbewerbsverbot bzgl. Ersatzteile vorgelegen haben. Die Dauer dieser Wettbewerbsverbote lag unter fünf Jahren. Für die Dauer der Herstellergarantie ergeben sich aus dieser Verpflichtung keine Hinweise auf eine erhebliche Wettbewerbsbeschränkung.
- Mit der vertraglichen Verpflichtung der Yamaha-Partner, nur Yamaha-Originalteile zu verkaufen und zu verwenden (Ziff. 4.5 Rahmenverträge 2017 bzw. 2018 Yamaha-Vertretung bzw. Yamaha-Service-Stelle, Rz 77), dürften bis im Jahr 2021 qualitativ schwerwiegende vertikale Wettbewerbsverbote i. S. v. Ziff. 12 Abs. 2 lit. f VertBek zwischen der HAG und den Yamaha-Partnern in Bezug auf Ersatzteile von konkurrierenden Herstellern vorgelegen haben. Deren Erheblichkeit kann gestützt auf die verfügbaren Informationen nicht beurteilt werden. Da die HAG die vorgenannten Bestimmungen aus ihren Verträgen mit den Yamaha-Partnern bereits gestrichen hat, sieht das Sekretariat von einer diesbezüglichen Anregung ab. Es empfiehlt der HAG jedoch, die Herstellerin [über die vorgenannten Erwägungen] zu informieren [...].

## C Anregungen nach Art. 26 Abs. 2 KG

273. Nach Art. 26 Abs. 2 KG kann das Sekretariat Massnahmen zur Beseitigung oder Verhinderung von Wettbewerbsbeschränkungen anregen. Das Sekretariat regt die folgenden Massnahmen an, um die erwähnten Wettbewerbsbeschränkungen zu beseitigen bzw. zu verhindern:

1. Hinsichtlich **Preisgestaltung** (i) präzisiert die HAG die Klausel hinsichtlich Produktbeschriftung (Ziff. 2.1 der Liefervereinbarung Yamaha-Partner) dahingehend, dass die Yamaha-Partner in der Preisanschrift frei sind resp. streicht den Teil, der sie zur Beschriftung der Fahrzeuge mit dem empfohlenen Verkaufspreis verpflichtet oder ihnen diese empfiehlt, (ii) deklariert die HAG die in den Preislisten angegebenen Preise explizit als «unverbindliche Preisempfehlungen», (iii) informiert die HAG die Yamaha-Partner mittels Rundschreiben darüber, dass sie in der Festlegung der Verkaufspreise gegenüber den Endkundinnen und Endkunden und den Yamaha-Service-Stellen frei sind, und (iv) unterlässt die HAG jegliche Ausübung von Druck (insbesondere Vertragskündigung) oder Anreizen, die unverbindlichen Preisempfehlungen einzuhalten.
2. Die HAG streicht die Klauseln in ihren Verträgen hinsichtlich **Alleinbezugsverpflichtung** der Yamaha-Partner (Ziff. 4.1 der revidierten Rahmenverträge 2021 mit den Yamaha-Vertretungen, Ziff. 4.1 der revidierten Rahmenverträge 2021 mit den Yamaha-Service-Stellen) oder präzisiert diese dahingehend, dass diese unmissverständlich Parallelimporte und Querlieferungen zulassen.
3. Hinsichtlich **Garantieleistungen der HAG für Fahrzeuge und Originalersatzteile** passt die HAG ihre Verträge mit den Yamaha-Partnern und ggf. mit der Herstellerin dahingehend an, dass klargestellt wird, dass die **Herstellergarantie** für Fahrzeuge und Originalersatzteile unabhängig davon, ob das Fahrzeug durch die HAG importiert worden ist, gewährt wird. Sollten die Produkte in einem Selektivvertrieb i. S. v. Ziff. 4 VertBek vertrieben werden, hat dies zu gelten, wenn das Produkt im offiziellen Vertriebsnetz bezogen wurde.

## D Kosten

274. Nach Art. 2 Abs. 1 GebV-KG<sup>318</sup> ist gebührenpflichtig, wer ein Verwaltungsverfahren verursacht hat. Gemäss Art. 3 Abs. 2 lit. b GebV-KG haben Beteiligte, die eine Vorabklärung verursacht haben, keine Gebühren zu bezahlen, sofern diese keine Anhaltspunkte für eine unzulässige Wettbewerbsbeschränkung ergibt.

275. Im vorliegenden Fall sind die Voraussetzungen für eine Gebührenfreiheit gemäss Art. 3 Abs. 2 lit. b GebV-KG nicht erfüllt. Es liegen Anhaltspunkte für unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen vor. Auf die Eröffnung einer Untersuchung wird insbesondere unter der Voraussetzung verzichtet, dass die HAG sich den angeregten Massnahmen unterzieht und die Anregungen nach Art. 26 Abs. 2 KG umsetzt. Damit hat die HAG die Verfahrenskosten zu tragen.

276. Nach Art. 4 Abs. 2 GebV-KG gilt ein Stundenansatz von CHF 100 bis 400.--. Dieser richtet sich namentlich nach der Dringlichkeit des Geschäfts und der Funktionsstufe des ausführenden Personals. Auslagen für Porti sowie Telefon- und Kopierkosten sind in den Gebühren eingeschlossen (Art. 4 Abs. 4 GebV-KG).

---

<sup>318</sup> Verordnung vom 25.2.1998 über die Gebühren zum Kartellgesetz (Gebührenverordnung KG, GebV-KG; SR 251.2).

277. Der Zeitaufwand der Vorabklärung beläuft sich auf 412,23 Stunden und wird gestützt auf die Funktionsstufe der mit dem Fall betrauten Mitarbeiter nach den folgenden Stundenansätzen verrechnet:

- 26,66 Stunden zu CHF 290, ergebend CHF 7'731,40;
- 333,44 Stunden zu CHF 200, ergebend CHF 66'688,00;
- 52,13 Stunden zu CHF 130, ergebend CHF 6'776,90.

Daraus resultieren Verfahrenskosten von insgesamt CHF 81'196,30.

278. Vorliegend ergab die Vorabklärung Anhaltspunkte für mehrere unzulässige Wettbewerbsabreden nach Art. 4 Abs. 1 KG i. V. m. Art. 5 Abs. 1, 3 und 4 KG (vgl. B.6 Ergebnis Rz 272), sodass die durch die HAG zu bezahlende Gebühr CHF 81'196,30 beträgt.

## **E Schlussfolgerungen**

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

1. stellt fest, dass Anhaltspunkte dafür bestehen, dass unzulässige Wettbewerbsbeschränkungen vorliegen;
2. verzichtet vorläufig darauf, im Einverständnis mit einem Mitglied des Präsidiums eine Untersuchung zu eröffnen, sofern die hostettler AG Sursee die Anregungen nach Art. 26 Abs. 2 KG umsetzt;
3. erhebt Verfahrenskosten von CHF 81'196,30;
4. beschliesst, diesen Schlussbericht zu publizieren.