

Nutzung und Weitergabe von Kundendaten in Kfz-Händlerverträgen: Kartellrechtliche Grenzen



Building Competence. Crossing Borders.

Prof. Dr. iur. Patrick L. Krauskopf, LL.M. (Harvard)

patrick.krauskopf@zhaw.ch

Outline

- (1) Kundendaten im Kfz-Gewerbe
- (2) Strukturen Kfz-Gewerbe
- (3) Nutzung und Weitergabe von Kundendaten
- (4) Kartellrechtliches Assessment

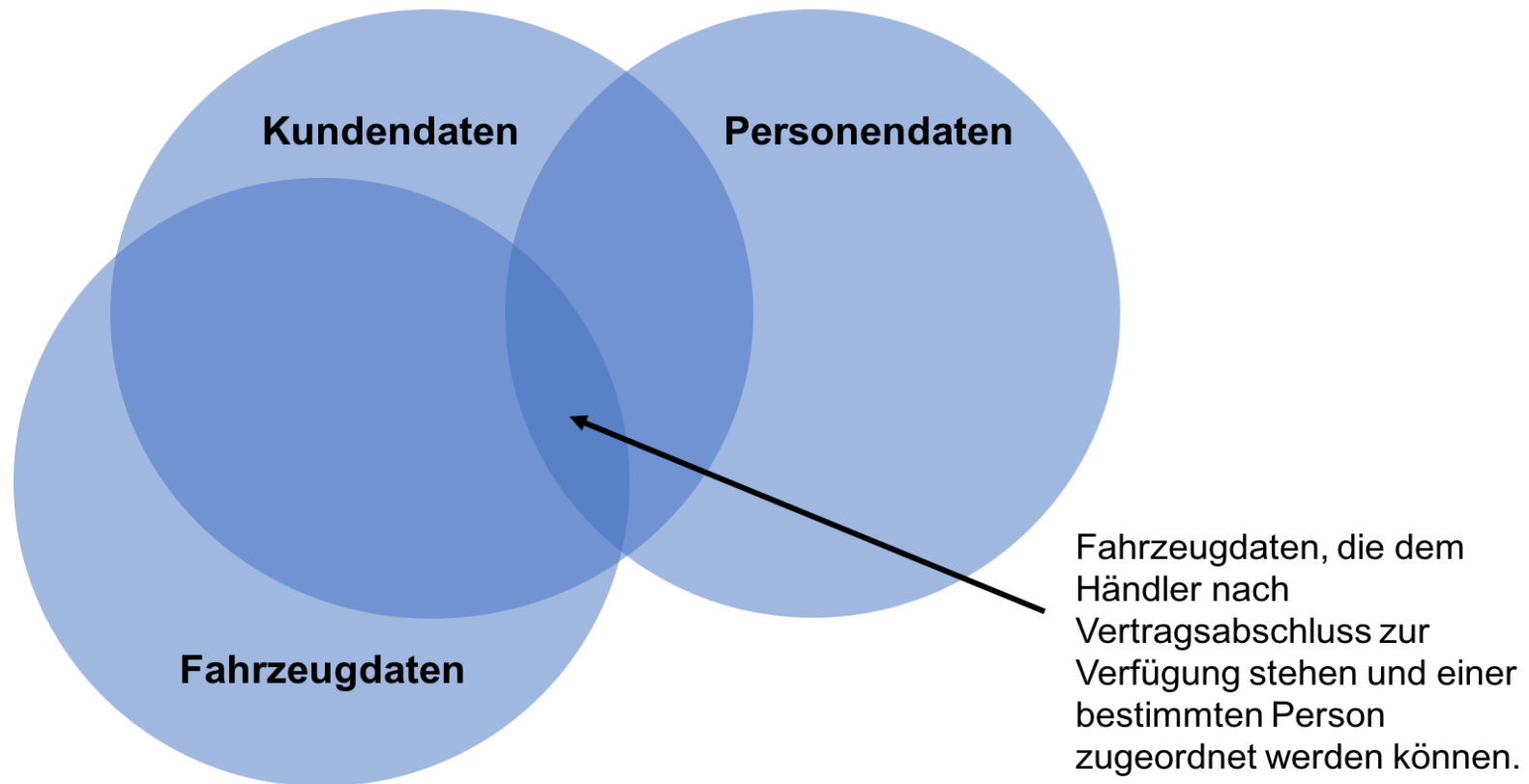
(1) Kundendaten im Kfz-Gewerbe

Daten im Kfz-Gewerbe

- **Personendaten.** Alle Angaben, die sich auf eine bestimmte oder bestimmbare Person beziehen». (Art. 3 DSGVO)
- **Fahrzeugdaten.** Daten, die nach Übergabe des Fahrzeuges an den Kunden erhoben werden
- **Kundendaten.** Sowohl Personendaten im Sinne des DSGVO, als auch anonymisierte und nicht bestimmbare personenbezogene Daten von Kunden.

(1) Kundendaten im Kfz-Gewerbe

Daten im Kfz-Gewerbe



(2) Strukturen Kfz-Gewerbe

Schweizer Kfz-Gewerbe

- **Markt.** Typischerweise zweistufiger Markt (Primär- und Sekundärmarkt)
- **Vertriebsverträge.** Vertriebsnetz durch Standardverträge geregelt
- **Relevanz von Daten.** Kundendaten von enormer Relevanz (Kfz-Gewerbe als Spitzenreiter)

(2) Strukturen Kfz-Gewerbe

Eigenschaften Primärmarkt

Akteure

- **Hersteller.** Verkauf von Fahrzeugen direkt, mittels Tochtergesellschaft oder unabhängigem Generalimporteur, an Händler

Markt

- **Wettbewerb.** Monopolistischer Wettbewerb
- **Markteintritt.** Systembedingte Hürden für Markteintritt
- **Preise.** (Beschränkte) Preissetzungsmacht der Hersteller
- **Kundendaten.** Zentral für segmentspezifische Marktbearbeitung

(2) Strukturen Kfz-Gewerbe

Eigenschaften Sekundärmarkt

Akteure

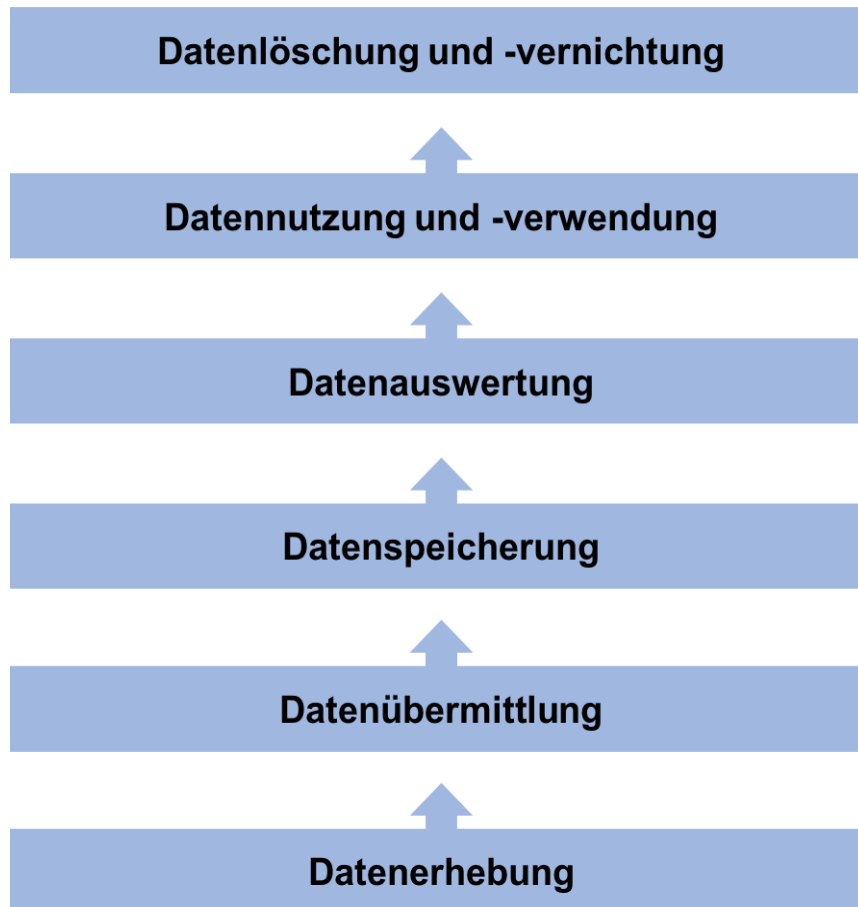
- **Händler.** Kunde bezieht Fahrzeug typischerweise bei einem Händler
- **Garagisten.** Ersatzteile und Reparaturservice als komplementäre Güter zu Neuwagen

Markt

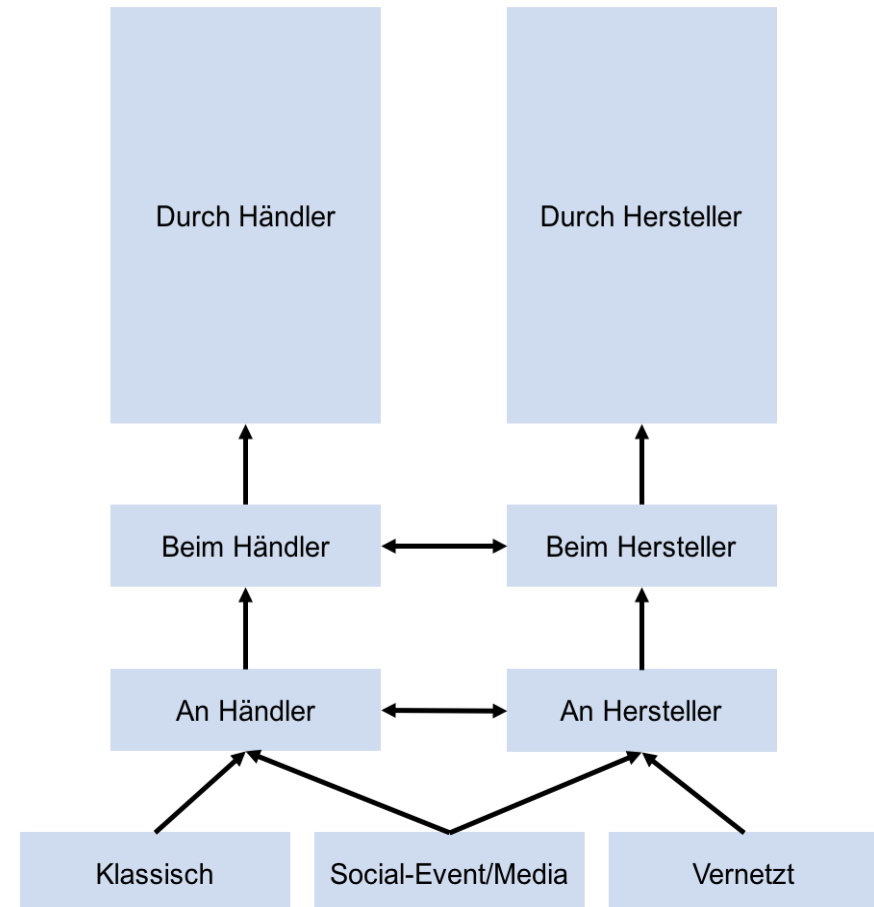
- **Wettbewerb.** Intensiver Wettbewerb
- **Wertschöpfung.** Ersatzteile und Reparaturservice werden entweder nicht oder nur teilweise vom Hersteller angeboten
- **Daten.** Kundendaten werden überwiegend auf dem Sekundärmarkt erhoben

(3) Nutzung und Weitergabe von Kundendaten

Zyklus der Datenbearbeitung



Spezifisch im Kfz-Gewerbe



(3) Nutzung und Weitergabe von Kundendaten

Verwendung von Daten in Vertriebsverträgen: Häufig verwendete Vertragsklauseln

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Feststellung | Uneingeschränkte Nutzung durch Hersteller/Importeur |
| 2. Feststellung | Erhebung gebietsspezifischer Daten |
| 3. Feststellung | Weigerung des Händlers zur Weitergabe als
Kündigungsgrund |
| 4. Feststellung | Grundsätzlich keine Vergütung für Daten an den
Händler |

(4) Kartellrechtliches Assessment

Kartellrechtliche Risiken von Datenklauseln

Risiko Gebietsabrede. Dem Händler wird Gebiet zugewiesen, mit der Erwartung, keine Kfz in anderen Gebiete zu verkaufen.

Risiko Preisfestsetzung. Dem Händler wird Anreiz gesetzt, die Kfz zu vom Hersteller empfohlenen Preisen weiterzuverkaufen. Die Einhaltung wird kontrolliert.



Verstoss gegen Art. 5 KG

(4) Kartellrechtliches Assessment

Kartellrechtliche Risiken von Datenklauseln

Erzwingung unangemessener Geschäftsbedingungen. Händler wird genötigt, Datenklausel zu akzeptieren.

Koppelung Kundendaten an Rabatt- oder Bonussysteme. Messung der Zielerreichung wird an die Erfüllung der Datenklauseln gekoppelt.

Unzulässige Kündigung. Verweigerung des Händlers, Kundendaten unbeschränkt zur Verfügung zu stellen, führt zu Kündigung.

Verstoss gegen Art. 7 KG

(4) Kartellrechtliches Assessment

Rechtsfolgen (juristische Betrachtung)

- **Nichtigkeit.** Kartellrechtswidrige Datenklauseln sind nichtig (i.S.v. Art. 20 OR).
- **Sanktion (Kartellrecht).** Bis zu 10% Prozent des in den letzten drei Geschäftsjahren in der Schweiz erzielten Umsatzes als Busse
- **Finanzielle Entschädigung (Zivilrecht).** Schadenersatz und die Herausgabe von Gewinn

(4) Kartellrechtliches Assessment

Rechtsfolgen (ökonomische Betrachtung)

Direkte Kosten

- **Wert der Kundeninformationen («Downstream»).** Höhe der Entschädigung für die Einwilligung des Kunden in die Datenerhebung und Verwertung
- **Wert der Kundeninformationen («Upstream»).** Wert des Verkaufs der Kundendaten unter Konkurrenzbedingungen
- **Kosten für Erfassung.** Kosten für den Aufbau, den Betrieb und die Wartung von Datenbanken
- **Entgangener Gewinn.** Gewinn des Händlers aus seiner Monopol- bzw. Exklusivstellung

(4) Kartellrechtliches Assessment

Rechtsfolgen (ökonomische Betrachtung)

Indirekte Kosten

- **Rabattsysteme bzw. Umsatzrabatte.** Reduktion des Rabatts vermindert den Gewinn des Händlers und stellt einen Teil des Wertes der Datenklausel dar.
- **Kündigung.** Führt Nichteinhaltung der Verkaufsziele zur Kündigung des Händlervertrages, entspricht der Wert der Kundendaten oder Datenklausel dem Wert des Händlervertrages.
- **Bonussysteme.** Kürzung der Boni aufgrund (Nicht-)Weitergabe der Kundendaten

Vielen Dank!

Prof. Dr. iur. Patrick L. Krauskopf, LL.M. (Harvard)

Leiter des Zentrums für Wettbewerbs- und Handelsrecht | Chairman AGON Partners

patrick.krauskopf@zhaw.ch, +41 76 567 14 07