

WEKO Swatch Group Lieferstopp vom 21. Oktober 2013

WEKO, 2013-10-21, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/weko_Swatch_Group_Lieferstopp

FR: WEKO Swatch Group Lieferstopp du 21 octobre 2013

IT: WEKO Swatch Group Lieferstopp del 21 ottobre 2013

Erwägungen

E. 1

Gegenstand der Untersuchung ist ein von Swatch Group AG (nachfolgend: Swatch Group) geplanter Lieferstopp von Uhrwerkskomponenten, namentlich mechanische Uhrwerke von ETA SA Manufacture Horlogère Suisse (nachfolgend: ETA) und Assortiments von Nivarox-FAR SA (nachfolgend: Nivarox).

E. 1.1

The Swatch Group AG sei zu verpflichten, Nivarox-FAR S.A. an einen unabhängigen Dritten zu veräussern.

E. 1.2

Nivarox-FAR S.A. sei zu verpflichten, Manufacture La Joux-Perret SA uneingeschränkt mit Assortiments jeder Referenz zu beliefern.

E. 1.3

ETA SA Manufacture Horlogère Suisse sei zu verpflichten, Manufacture La Joux-Perret SA uneingeschränkt mit Movements jeden Kalibers zu beliefern.

E. 1.4

Nivarox-FAR S.A., The Swatch Group AG sowie allen von The Swatch Group AG kontrollierten Gesellschaften sei zu verbieten, Manufacture La Joux-Perret SA gegenüber anderen Kunden (insbesondere auch gegenüber durch The Swatch Group AG kontrollierten Gesellschaften) zu diskriminieren.

E. 1.5

Nivarox-FAR S.A. und ETA SA Manufacture Horlogère Suisse sei zu verbieten, von Manufacture La Joux-Perret SA unangemessene Geschäftsbedingungen zu verlangen.

E. 1.6

The Swatch Group sei zu verpflichten, sicherzustellen, dass The Swatch Group AG und die von ihr kontrollierten Gesellschaften die vorstehenden Verpflichtungen einhalten. 2 Eventualiter, falls das Hauptbegehren abgewiesen wird:

E. 2

Die Swatch Group kontrolliert zahlreiche Unternehmen im Bereich der Uhrenindustrie, dazu gehören Unternehmen, welche Uhrenbestandteile wie Uhrwerke, Assortiments, Zifferblätter, Zeiger, Kronen, Gehäuse, Gläser und Armbänder herstellen sowie zahlreiche Uhrenmarken, darunter Swatch, Certina, Tissot, Rado, Longines, Omega, Blancpain und Breguet. Gemäss eigenen Angaben ist Swatch Group die weltweit grösste Herstellerin von Fertighuhren und in allen Marktsegmenten präsent. Das Unternehmen ist ebenfalls in der

Herstellung und im Vertrieb von Schmuck tätig. Swatch Group erwirtschaftete im Jahr 2012 mit ungefähr 29'000 Beschäftigten einen Umsatz von CHF 8,1 Mia. und einen Konzerngewinn von rund CHF 1,6 Mia.¹

E. 2.1

Nivarox-FAR S.A. sei zu verpflichten, Manufacture La Joux-Perret SA uneingeschränkt mit Assortiments jeder Referenz zu beliefern.

E. 2.2

ETA SA Manufacture Horlogère Suisse sei zu verpflichten, Manufacture La Joux-Perret SA uneingeschränkt mit Movements jeden Kalibers zu beliefern.

E. 2.3

The Swatch Group AG sowie allen von The Swatch Group AG kontrollierten Gesellschaften sei zu verbieten, Manufacture La Joux-Perret SA gegenüber anderen Kunden (insbesondere auch gegenüber durch The Swatch Group AG kontrollierten Gesellschaften) zu diskriminieren.

E. 2.4

Nivarox-FAR S.A. und ETA SA Manufacture Horlogère Suisse sei zu verbieten, von Manufacture La Joux-Perret SA unangemessene Geschäftsbedingungen zu verlangen.

E. 2.5

The Swatch Group sei zu verpflichten, sicherzustellen, dass The Swatch Group AG und die von ihr kontrollierten Gesellschaften die vorstehenden Verpflichtungen einhalten.

3 Alles unter Kostenfolgen zulasten von The Swatch Group AG und der von ihr kontrollierten Tochtergesellschaften."

30. Am 19. August 2011 besichtigte das Sekretariat den Produktionsbetrieb von Nivarox in Le Locle.³⁷ 31. Am 1. September 2011 fand in den Räumlichkeiten des Sekretariats eine Besprechung mit Titoni statt.³⁸

E. 3

ETA wird zu 100 % von der Swatch Group kontrolliert. ETA ist u.a. in der Herstellung und dem Vertrieb von mechanischen Uhrwerken und in der Produktion von Quarz-Uhrwerken sowie Produktion von Uhren der Marken Swatch und flik flak tätig.

E. 4

Nivarox wird ebenfalls zu 100 % von der Swatch Group kontrolliert und ist in der Herstellung und im Vertrieb von sog. Assortiments tätig. Ein Assortiment bildet den regulierenden und hemmenden Bestandteil eines mechanischen Uhrwerks und besteht aus diversen Einzelteilen wie Unruh, Spirale, Ankerrad und Anker.² Ein Assortiment wird benötigt, um aus einem Ebauche („Bausatz“ oder Kit eines mechanischen Uhrwerks) ein funktionierendes mechanisches Uhrwerk herzustellen.

E. 5

Swatch Group plante ursprünglich, die Lieferungen von ETA-Produkten bis Ende des Jahres 2012 und diejenigen für Nivarox-Produkte bis Ende des Jahres 2014 einzustellen. Erste Reduktionsschritte sollten auf Ende 2011 umgesetzt werden.³

E. 6

Swatch Group begründete ihre beabsichtigte Liefereinstellung für Drittkunden im Wesentlichen mit Kapazitätsengpässen bei ihren Tochtergesellschaften ETA und Nivarox, welche dazu führten, dass die Swatch Group die Bedürfnisse der eigenen Uhrenmarken nicht ausreichend befriedigen könne. Weiter brachte Swatch Group Argumente der Fälschungsbekämpfung vor.⁴

1 Vgl. Geschäftsbericht der Swatch Group 2012. 2 Vgl. dazu RPW 2005/1, 128 Rz 3, ETA SA Manufacture Horlogère Suisse ; RPW 2006/1, 53 Rz 30, Lieferung von Nivarox-Assortiments. 3 Vgl. act. n° 10, S. 27. 4 Vgl. act. n° 10, S. 4.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 4 7. Zur Illustration der genannten Teile kann folgende, stark vereinfachte Grafik herangezogen werden: Abbildung 1: ETA und Nivarox resp. deren Abnehmer

Nivarox Assortiments

Hersteller ETA Uhrwerke Mechanische Uhrwerke Mechanische Uhrwerke

Hersteller Uhren ohne Swatch Group Hersteller eigene Werkproduktion Fertighuhren Uhren mit Fertighuhren eigener Werkproduktion Fertighuhren

E. 8

Ziel der Untersuchung war es, abzuklären, ob der von der Swatch Group angekündigte Lieferstopp gegen das Bundesgesetz vom 6.10.1995 über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellgesetz, KG; SR 251) verstösst. Insbesondere könnte der Lieferstopp zu einer Behinderung von Mitbewerbern von Swatch Group im Bereich der mechanischen Uhrwerke und/oder der mechanischen Fertighuhren führen. In der Untersuchung wurde in erster Linie geprüft, ob alternative Bezugsquellen zur Swatch Group bestehen und in welchem Zeitraum solche allenfalls aufgebaut werden könnten.

A.2 Verfahren

E. 9

Am 18. Dezember 2009 kündigte der damalige Präsident des Verwaltungsrats der Swatch Group in der Presse an, die Lieferungen von Uhrwerkskomponenten an Abnehmer ausserhalb der Swatch Group (nachfolgend: Drittabnehmer oder Drittkunden) einstellen zu wollen und liess verlauten, mit den Wettbewerbsbehörden diesbezüglich Kontakt aufnehmen zu wollen.⁵ Im Zusammenhang mit dem geplanten Lieferstopp ersuchte die Swatch Group im Frühjahr 2010 das Sekretariat der Wettbewerbskommission (nachfolgend: Sekretariat) um ein Gespräch, welches am 28. April 2010 stattfand. Anlässlich dieser Besprechung informierte die Swatch Group das Sekretariat über ihre Absichten und erläuterte ihre geplante Vorgehensweise in groben Zügen.

⁵ L'AGEFI vom 18. Dezember 2009.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 5 10. Das Sekretariat kam aufgrund des von der Swatch Group skizzierten Lieferstopps zur Überzeugung, dass weitere Informationen benötigt werden. Mit Schreiben vom 14. Mai 2010 stellte das Sekretariat der Swatch Group einen Fragekatalog zu.⁶ Die Swatch Group wandte sich daraufhin mit Schreiben vom 7. September 2010 an das Sekretariat und ersuchte um eine Besprechung.⁷ Die entsprechende Sitzung fand am 16. September 2010 statt. Im Rahmen dieser Besprechung teilte die

Swatch Group mit, dass sich der geplante Lieferstopp auf die Bereiche mechanische Uhrwerke und Assortiments beschränke.

E. 11

Die Antworten auf den obengenannten Fragenkatalog gingen danach am 3. Februar 2011 beim Sekretariat ein.⁸ Demnach plante Swatch Group, einen ersten Reduktionsschritt bereits auf Ende 2011 umzusetzen.⁹ Die Swatch Group beabsichtigte, einen sog. Ausphasierungsplan auszuarbeiten und verwies dabei auf das Verfahren in Sachen Phasing-Out von Ebauches.¹⁰ Am 29. April 2011 fand eine weitere Besprechung mit der Swatch Group statt, anlässlich derer die Möglichkeit einer einvernehmlichen Regelung betreffend vorsorgliche Massnahmen für die Dauer des Verfahrens erörtert wurde.¹¹

E. 12

Am 13. Mai 2011 stellte das Sekretariat den Verfügungsentwurf betreffend vorsorgliche Massnahmen Swatch Group zur Stellungnahme zu.¹² Die entsprechende Stellungnahme ging am 19. Mai 2011 beim Sekretariat ein.¹³

E. 13

Am 26. Mai 2011 gab Swatch Group eine Verpflichtungserklärung für die Lieferung mechanischer Uhrwerke und Assortiments während der Dauer des Untersuchungsverfahrens ab. Diese sah vor, dass Swatch Group Drittkunden vorerst in vollem Umfang weiter beliefern muss. Im Jahr 2012 konnte Swatch Group die Lieferung mechanischer Uhrwerke auf 85 % und von Assortiments auf 95 % der Menge, welche 2010 bezogen wurde, reduzieren.¹⁴

E. 14

Gestützt darauf erliess die Wettbewerbskommission (nachfolgend: WEKO) am 6. Juni 2011 vorsorgliche Massnahmen und eröffnete gleichentags eine Untersuchung gegen die Swatch Group. Die Untersuchungseröffnung wurde Swatch Group am 7. Juni 2011 kommuniziert.¹⁵ Das Sekretariat gab die Eröffnung der Untersuchung mittels Pressemitteilung (8. Juni 2011) und amtlicher Publikation gemäss Art. 28 KG (21. Juni 2011) bekannt.¹⁶

E. 15

Vgl. act. n° 30.

E. 16

Vgl. act. n° 31 sowie Schweizerisches Handelsamtsblatt (SHAB) Nr. 118 vom 21.06.2011, S. 39.

E. 17

Am 8. und 17. Juni 2011 versandte das Sekretariat Fragebögen an eine Auswahl von insgesamt 62 Kunden und Konkurrenten von Swatch Group, darunter drei ausländische Unternehmen aus Deutschland und Japan. Die entsprechenden Antworten gingen bis zum 19. September 2011 ein. Auf Nachfrage diverser Marktteilnehmer versandte das Sekretariat danach weitere Fragebögen. Die Antworten darauf gingen im Wesentlichen bis zum 3. November 2011 ein. Insgesamt wurden demnach 76 Unternehmen befragt. Das Sekretariat erhielt insgesamt 58 beantwortete Fragebögen zurück.²⁰

E. 18

Die Verfügung der WEKO betreffend vorsorgliche Massnahmen wurde nach der Bereinigung um Geschäftsgeheimnisse am 23. Juni 2011 auf der Website www.weko.ch publiziert. Mehrere Unternehmen der Uhrenbranche (Konkurrenten und Kunden von ETA resp. Nivarox) erhoben gegen die VvM Beschwerde beim Bundesverwaltungsgericht (nachfolgend: BVGer). Insgesamt gingen elf Beschwerden ein, darunter Beschwerden der Sellita Watch Co S.A. (nachfolgend: Sellita) und LJP. Im Anschluss hat eine Beschwerdeführerin ihre Beschwerde zurückgezogen, eine zweite hat den Kostenvorschuss ans BVGer nicht bezahlt.

E. 19

Sellita reichte am 1. Juli 2011 einen Antrag auf Parteistellung ein.²¹ Sellita ist der grösste Abnehmer von mechanischen ETA-Uhrwerken und stellt eigene mechanische Uhren her. Mit Schreiben vom 6. Juli 2011 lehnte das Sekretariat den Antrag von Sellita ab.²²

E. 20

Am 7. Juli 2011 reichten LVMH Swiss Manufactures SA (nachfolgend: LVMH), TAG Heuer, succursale de LVMH Swiss Manufactures SA (nachfolgend: Tag Heuer) und Zenith, succursale de LVMH Swiss Manufactures SA (nachfolgend: Zenith) ein Gesuch auf Parteistellung ein. Die Antragstellerinnen sind Kunden von Swatch Group und stellen u.a. mechanische Fertigungshuhren her.²³ Der Antrag auf Parteistellung wurde mit Schreiben vom 13. Juli 2011 abgelehnt. Die Unternehmen wurden aber als beteiligte Dritte nach Art. 43 Abs. 1 KG zum Verfahren zugelassen.²⁴

E. 21

Vgl. act. n° 66.

E. 22

Vgl. act. n° 76.

E. 23

Vgl. act. n° 90.

E. 24

Vgl. act. n° 116.

E. 25

Am 21. Juli 2011 meldeten Richemont International SA (nachfolgend: Richemont) sowie deren Tochterunternehmen Manufacture Horlogère ValFleurier, Baume & Mercier, Manufacture Cartier, IWC Schaffhausen, Manufacture Jaeger-LeCoultre, Lange Uhren GmbH, Montblanc Montre SA, Officine Panerai, Piaget, Manufacture Roger Dubuis SA und Vacheron Constantin ihre Beteiligung am Verfahren i.S.v. Art. 43 Abs. 1 KG an.³² [...] ³³

E. 26

Mit Zwischenverfügung vom 26. Juli 2011 betreffend die Beschwerde von LJP in Sachen Parteistellung in der Untersuchung 32-0224 forderte das BVGer diese auf, bis zum 16. August 2011 einen Kostenvorschuss zu leisten. Gleichzeitig wurde die WEKO ersucht, sich bis zum 8. August 2011 zum Verfahrensantrag von LJP zu äussern und, zusätzlich, bis zum

E. 31

Vgl. act. n° 170.

E. 32

Vgl. act. n° 169.

E. 33

Vgl. act. n° 244.

E. 34

Vgl. act. n° 203.

E. 35

Vgl. act. n° 208.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 8 tersuchung 32-0224 als gegenstandslos abgeschrieben wird und dass der geleistete Kosten- vorschuss zurückerstattet wird unter Entschädigungsfolge zu Lasten der WEKO.

29. Mit Eingabe vom 15. August 2011 an das Sekretariat stellte LJP folgende Anträge betreffend die vorliegende Untersuchung:36 "1 Hauptbegehren

E. 36

Vgl. act. n° 224.

E. 37

Vgl. act. n° 75.

E. 38

Vgl. act. n° 270.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 9 32. Mit E-Mail vom 28. September 2011 übermittelte das Sekretariat LJP auf Anfrage vom Vortag die Aktenstücke 6, 9, 10, 14, 16 und 93.39

33. Am 19. Oktober 2011 fand in den Räumlichkeiten des Sekretariats eine Besprechung mit Sellita statt.40 34. Am 3. November 2011 fand in den Räumlichkeiten des Sekretariats ein Gespräch mit der Société de Fabricants Horlogères Suisses (nachfolgend: SAH) statt. SAH ist eine Ein- kaufsgemeinschaft für Uhrwerkskomponenten von Swatch Group, welcher etwa 70 Unter- nehmen angehören.41

35. Mit Schreiben vom 07. November 2011 verlangte das Sekretariat von Swatch Group eine Stellungnahme betreffend die Auslegung der einvernehmlichen Regelung vom 6. Juni 2011 sowie zu verschiedenen Sachverhalten bezüglich möglicher Behinderungen 42 von Drittunternehmen.43 Diese Stellungnahme ging mit Schreiben vom 21. November 2011 beim Sekretariat ein.44 Mit Schreiben vom 12. Dezember 2011 bat das Sekretariat Swatch Group einige Fragen zu beantworten und gewisse Dokumente einzureichen.45 Mit Schreiben vom 13. Januar 2012 reichte Swatch Group die Antworten und Dokumente ein.46

36. Am 21. November 2011 besichtigte das Sekretariat die Produktion von LJP und führte ein Gespräch vor Ort.47 Ebenfalls am 21. November 2011 besichtigte das Sekretariat die Produktion von Sellita und führte ein Gespräch vor Ort.48 37. Mit Urteilen vom 14. Dezember 2011 betreffend die Beschwerden von LJP, Sellita und weiteren Beschwerdeführerinnen in Sachen VvM wies das BVGer die Beschwerden ab und verfügte,

dass die Urteilsbegründungen zu einem späteren Zeitpunkt erfolgen werden. Alles unter Kosten- und Entschädigungsfolgen zu Lasten der Beschwerdeführerinnen. Die Urteilsbegründungen wurden vom BVGer am 27. Januar 2012 versandt. Darin führte das BVGer im Wesentlichen aus, dass die Beschwerdeführerinnen nicht glaubhaft gemacht hätten, dass durch die VvM der wirksame Wettbewerb bedroht sei, sondern vielmehr ihre Ansichten und Einschätzungen zu materiellen kartellrechtlichen Fragen vorbringen würden, welche durch die WEKO in der Untersuchung zu prüfen, nicht aber im Beschwerdeverfahren zu den vorsorglichen Massnahmen zu hören seien. Demgegenüber sei die von der WEKO genehmigte einvernehmliche Regelung zwischen dem Sekretariat und Swatch Group als geeignete und erforderliche Massnahme zum Schutz des wirksamen Wettbewerbs anzusehen, da sie während der Untersuchung den Abnehmerinnen von ETA und Nivarox eine im Voraus bestimmbare Liefermenge sicherstelle. Die von der WEKO erlassenen vorsorglichen Massnahmen erschienen auch zeitlich nicht unangemessen, da sie bis zum Abschluss der wettbewerbsrechtlichen Untersuchung oder maximal bis zum 31. Dezember 2012 gelten würden und jederzeit bei veränderten Verhältnissen von der WEKO abgeändert werden könnten.⁴⁹ Da keine der Beschwerdeführerinnen dieses Urteil angefochten hat, ist es in der Folge in Rechtskraft erwachsen.

E. 39

Vgl. act. n° 337.

E. 40

Vgl. act. n° 430.

E. 41

Vgl. act. n° 393.

E. 42

Während der Dauer des Verfahrens haben sich verschiedene Drittkunden beim Sekretariat wegen möglicher Behinderungen resp. Verletzungen der vorsorglichen Massnahmen gemeldet; vgl. act. n° 47, 214, 340, 341, 478, 503, 515, 689, 775, 778, 785.

E. 43

Vgl. act. n° 403.

E. 44

Vgl. act. n° 414.

E. 45

Vgl. act. n° 455.

E. 46

Vgl. act. n° 476.

E. 47

Vgl. act. n° 349.

E. 48

Vgl. act. n° 351 und 352.

E. 49

Vgl. act. n° 482 bis 491.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 10 38. Am 1. Februar 2012 fand eine Besprechung zwischen dem Sekretariat und der Swatch Group statt, anlässlich derer der Abschluss einer einvernehmlichen Regelung angedacht und erste Punkte diskutiert wurden.⁵⁰ 39. Mit Schreiben vom 10. resp. 13. Februar 2012 informierte das Sekretariat sämtliche im Rahmen der vorliegenden Untersuchung befragten Unternehmen der Uhrenindustrie über die Urteile des BVGer sowie das weitere Vorgehen und kündigte dabei an zu erwägen, der WEKO die im Rahmen der vorsorglichen Massnahmen genehmigte einvernehmliche Regelung (siehe Rz 15 hiavor) um ein Jahr zu verlängern.⁵¹

40. Mit Schreiben vom 27. Februar 2012 stellte das Sekretariat Swatch Group den von ihm erarbeiteten ersten Entwurf für eine einvernehmliche Regelung zur Stellungnahme zu.⁵² 41. Am 26. März 2012 ging die Stellungnahme von Swatch Group zum ersten Entwurf einer einvernehmlichen Regelung beim Sekretariat ein.⁵³ 42. Am 11. April 2012 fand eine Besprechung zwischen dem Sekretariat und der Swatch Group statt, anlässlich derer einzelne Punkte des ersten Entwurfes einer einvernehmlichen Regelung diskutiert resp. einzelne Punkte (neu) verhandelt wurden. In diesem Rahmen kündigte das Sekretariat der Swatch Group gegenüber an, der WEKO die Verlängerung der vorsorglichen Massnahmen um ein Jahr zu beantragen und begründete dies im Wesentlichen mit dem Umstand, dass angesichts der komplexen Fragestellungen nicht mit einem Abschluss der Untersuchung bis zum Ablauf der vorsorglichen Massnahmen zu rechnen sei. Das Sekretariat forderte die Swatch Group auf, sich binnen zehn Tagen zu diesem Vorhaben zu äussern. Swatch Group signalisierte ihr grundsätzliches Einverständnis, fügte aber an, dass sie eine weitere Reduktion der Referenzmengen für das Jahr 2013 begrüssen würde.⁵⁴ 43. Am 20. April 2012 stellte das Sekretariat der Swatch Group den zweiten Entwurf einer einvernehmlichen Regelung zur Stellungnahme zu.⁵⁵ Mit Schreiben vom 3. Mai 2012 nahm die Swatch Group dazu Stellung.⁵⁶ 44. Mit Schreiben vom 20. April 2012 nahm Swatch Group zur beabsichtigten Verlängerung der vorsorglichen Massnahmen Stellung. Darin brachte die Swatch Group vor, dass es richtig wäre, eine Verlängerung der VvM bis Ende 2013 mit einem weiteren Abbauschritt in allen Bereichen zu verbinden. Die Swatch Group betonte aber, dass sie sich einer Übergangslösung bis Ende 2013 mit gleichen Konditionen wie 2012 nicht widersetzen werde.⁵⁷ 45. Am 25. April 2012 stellte das Sekretariat den Verfahrensparteien den Entwurf der Verlängerung der VvM mit Frist zur Stellungnahme bis am 3. Mai 2012 zu.⁵⁸ Die Stellungnahmen der Verfahrensparteien gingen fristgerecht ein.⁵⁹ 46. Am 14. Mai 2012 informierte das Sekretariat die Swatch Group, LJP und Sellita, dass die WEKO am 7. Mai 2012 beschlossen hat, die vorsorglichen Massnahmen vom 6. Juni 2011 um ein Jahr zu verlängern.⁶⁰ Die Öffentlichkeit wurde am 15. Mai 2012 mit einer Pressemitteilung über den Entscheid der WEKO informiert. Am 16. Mai 2012 wurde die Verfü-

E. 50

% des Wertes ausmachen. Um den Bestimmungen zu genügen, muss die Produktion von Uhrwerken demnach grösstenteils in der Schweiz erfolgen. Das heisst: Will ein Uhrenhersteller eine Uhr herstellen, welche die Swiss Made Kennzeichnung trägt, muss er zwingend ein schweizerisches Uhrwerk in sein Produkt einbauen.

118. Aufgrund der oben genannten Kostenanteile mechanischer Uhrwerke am ex-factory Preis einer fertigen Uhr (vgl. oben Rz 98) wäre es grundsätzlich zwar möglich, teilweise im

Ausland hergestellte Uhrwerke resp. gewisse im Ausland hergestellte Teile für Swiss Made Uhren zu verwenden. Es ist auch nicht auszuschliessen, dass gewisse Hersteller dies teilweise tun. Die Befragung der Marktgegenseite ergab jedoch, dass die Hersteller von Uhrwerken in der Schweiz (auch solche, die nur für den Eigenbedarf herstellen) den Minimalwert von 50 % Wertanteil deutlich überschreiten. Die meisten Hersteller orientieren sich vielmehr gegen 100 % Schweizer Wertanteil.¹⁴⁰ Es handelt sich dabei um ein Marketingkonzept, um dem Swiss Made Label mehr Ausdruck und Substanz zu verleihen. Das gute Image soll durch einen hohen Wertanteil inländischer Komponenten für ein Uhrwerk geschützt werden.¹¹⁹ Vor diesem Hintergrund gibt denn keiner der befragten Uhrenhersteller an, Uhrwerke aus ausländischer Produktion zu beziehen.¹⁴¹ Es kann deshalb ohne Weiteres davon ausgegangen werden, dass die Marktgegenseite mechanische Uhrwerke grossmehrheitlich, wenn nicht gar ausschliesslich, in der Schweiz bezieht. Fazit

120. Analog der bisherigen Praxis kann daher die Schweiz als räumlich relevanter Markt für die Herstellung mechanischer Uhrwerke betrachtet werden. Im Lichte des Voranstehenden konzentrieren sich die nachfolgenden Ausführungen deshalb auf mechanische, in der Schweiz hergestellte Swiss Made Uhrwerke aller Kaliber und Preisklassen.

B.3.1.1.2 Assortiments

B.3.1.1.2.1 Sachlich relevanter Markt 121. Assortiments bestehen aus Unruh, Spirale, Anker, Ankerrad etc.¹⁴² Es handelt sich dabei um das zusammenhängende Schwing- und Hemmsystem, das „Herzstück“ einer mechanischen Uhr. Die Unruh und die Spirale bilden zusammen das Schwingsystem eines mechanischen Uhrwerks. Dies ist der Taktgeber eines Uhrwerks. In einer Pendeluhr übernimmt das Pendel diese Funktion. Die Spirale, eine winzige Feder, die wenige Milligramm wiegt und wesentlich dünner ist als ein menschliches Haar, gilt als Schlüsselkomponente einer mechanischen Uhr. Die Spirale wird aus einer speziellen Legierung hergestellt, die sie bruchfest, rostfrei, antimagnetisch und temperaturstabil macht.¹⁴³ Diese Eigenschaften sind ausschlaggebend für die Ganggenauigkeit der Uhr. Der Anker und das Ankerrad bilden die hemmen-

¹⁴⁰ Vgl. act. n° 58, 65, 67, 70, 74, 80, 81, 88, 91, 92, 103, 104, 107, 115, 120, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 136, 137, 138, 140, 141, 142, 144, 150, 161, 171, 194, 195, 196, 201, 205, 210, 212, 218, 222, 224, 245, 247, 258, 259, 260, 265, 292, 314, 332, 346, 350, 389, 456, 460, 461, 534. ¹⁴¹ Vgl. act. n° 58, 65, 67, 70, 74, 80, 81, 88, 91, 92, 103, 104, 107, 115, 120, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 136, 137, 138, 140, 141, 142, 144, 150, 161, 171, 194, 195, 196, 201, 205, 210, 212, 218, 222, 224, 245, 247, 258, 259, 260, 265, 292, 314, 332, 346, 350, 389, 456, 460, 461, 534. ¹⁴² RPW 2006/1, 53 ff., Lieferung von Nivarox-Assortiments. ¹⁴³ Der Name Nivarox steht für „ni variable, ni oxydable“.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 25 den Bestandteile eines mechanischen Uhrwerks und sorgen für einen regelmässigen Gang der Uhr.¹⁴⁴

122. Assortiments werden in der Regel aus einer Speziallegierung bestehend aus Eisen, Nickel, Chrom, Titan und Beryllium mittels CNC-Verfahren (Stanzen, Drehen, Fräsen, Bohren etc.) hergestellt. Alternativ werden Assortiments seit einigen Jahren auch im LiGA- oder Tiefätz-Verfahren (DRIE)¹⁴⁵ aus Silizium oder anderen Werkstoffen hergestellt. Silizium hat den Vorteil, dass es leicht ist, kaum von Magnetfeldern beeinflussbar ist und industriell einfach und präzise formbar ist. Assortiments aus Silizium

müssen zudem nicht geschmiert werden und haben eine höhere Energieeffizienz als herkömmliche Assortiments. (Teil-) Assortiments aus Silizium sind qualitativ gute Substitute zu herkömmlichen Assortiments und werden immer mehr in mechanischen Uhren eingesetzt.¹⁴⁶ Sie gehören deshalb zum relevanten Markt hinzu.¹²³ Jedes mechanische Uhrwerk enthält ein Assortiment, erst das Assortiment bringt das Uhrwerk zum Laufen. Assortiments sind deshalb in auf dem Markt erhältlichen mechanischen Uhrwerken in aller Regel bereits enthalten. Daneben existiert jedoch ein eigener Markt für „blosse“ Assortiments. Diese werden von Herstellern mechanischer Uhrwerke (z.B. Sellita) sowie denjenigen Uhrenmarken, welche in eigenen Manufakturen mechanische Uhrwerke für den Eigengebrauch herstellen (z.B. Cartier, Audemars Piguet, Breitling, Patek Philippe, Rolex etc.), nachgefragt. Die Marktgegenseite bilden demnach Hersteller mechanischer Uhrwerke für Drittkunden oder für den Eigenbedarf.

124. Wie oben erwähnt, bedarf ein bestimmtes Uhrenmodell eines spezifischen Uhrwerks. Da die jeweiligen Assortiments jeweils spezifisch für die einzelnen Uhrwerke hergestellt werden, können die Abnehmer von Assortiments jeweils bloss diejenigen Assortiments einsetzen, welche für ein bestimmtes Uhrwerk resp. Uhrenmodell verwendet werden können.¹⁴⁷ Ein bestimmtes Assortiment kann jedoch unter Umständen – je nach dessen Konzeption – für verschiedene Uhrwerke gebraucht werden. Die Eigenschaften der Assortiments variieren je nach Grösse des Werkes, nach erwünschten Eigenschaften (z.B. Ganggenauigkeit, Gangreserve etc.) und nach aufgesetzten Komplikationen (vgl. unten Rz 142).¹⁴⁸ 125. Bezüglich der Angebotsumstellungsflexibilität gilt Ähnliches wie bei den Uhrwerken: Ein Unternehmen, das imstande ist, Assortiments für ein bestimmtes Kaliber einer Familie zu liefern, ist grundsätzlich in einer kürzeren Zeitspanne sowie unter geringerer Kostenfolge imstande, Assortiments für sämtliche Kaliber der entsprechenden Familie zu produzieren. Die Produktionsmaschinen erfordern zwar eine Umrüstung, was eine gewisse Bearbeitungszeit in Anspruch nimmt, insgesamt können der Kosten- und der Zeitaufwand für diese Umrüstung jedoch als nicht übermässig erachtet werden.¹⁴⁹ Es stellt sich deshalb die Frage, ob der relevante Markt in Teilmärkte für Assortiments bestimmter Kaliber oder Kaliberfamilien abzugrenzen wäre. Da es auf das Resultat keinen Einfluss hat, muss dies vorliegend aber nicht abschliessend beurteilt werden (vgl. unten Rz 217 ff.).

144 Für eine anschauliche Erklärung der Funktionsweise einer mechanischen Uhr vgl. <http://www.planet-schule.de/sf/php/mmewin.php?id=172> [21.10.2013]. 145 LiGA steht für die Verfahrensschritte Lithographie, Galvanik und Abformung. DRIE steht für Deep Reactive Ion Etching. 146 Vgl. act. n° 65, 67, 88, 103, 136, 259, 720. 147 RPW 2006/1, 53 ff., Lieferung von Nivarox-Assortiments. 148 Vgl. act. n° 224, S. 99. 149 RPW 2006/1, 53 ff., Lieferung von Nivarox-Assortiments.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 26 126. Wie auch mechanische Uhrwerke werden Assortiments in verschiedenen Preisklassen angeboten. Nivarox verkauft beispielsweise Assortiments von unter 20 Franken bis über 1'000 Franken. Dabei spielt insbesondere die Qualität (z.B. Standard- oder Chronometerqualität), die angewandte Produktionsmethode (automatisch versus manuell) und die bestellte Menge eine Rolle. Da es auf das Resultat keinen Einfluss hat, muss im Rahmen der vorliegenden Untersuchung jedoch nicht abschliessend beurteilt werden, ob je nach Preisklasse verschiedene Märkte abgegrenzt werden müssten. Fazit

127. Für die vorliegende Untersuchung kann von einem Gesamtmarkt für Assortiments ausgegangen werden.

B.3.1.1.2.2 Räumlich relevanter Markt

128. Nach Praxis des Sekretariats handelt es sich bei Assortiments um einen eigenen relevanten Markt, der sich räumlich auf die Schweiz beschränkt. Das Sekretariat hielt im Schlussbericht der Vorabklärung Lieferung von Nivarox Assortiments fest, dass die überwiegende Mehrheit der Marktgegenseite in erster Linie aus Marketing- und Qualitätsgründen Assortiments verwende, welche in der Schweiz hergestellt wurden.¹⁵⁰

129. Aufgrund der Uhrenverordnung wäre die Verwendung ausländischer Assortiments für ein Swiss Made Uhrwerk theoretisch möglich. Das Assortiment macht um die 10 % am ex-factory Preis eines Uhrwerks aus. Somit wäre der Einbau ausländischer Assortiments im selben Preisrahmen in die meisten mechanischen Uhrwerke im Rahmen der Uhrenverordnung theoretisch möglich. Diese Meinung teilen auch viele der befragten Unternehmen der Uhrenindustrie.¹⁵¹ Weiter hat [...] scheinbar in der Vergangenheit über einen gewissen Zeitraum Assortiments des [...] Herstellers [...] in ihre Uhrwerke eingebaut.¹⁵² Darüber hinaus gab der Uhrenhersteller Tag Heuer im März 2012 bekannt, in Zukunft Assortiments von Seiko in einen Teil ihrer selbst hergestellten Uhrwerke einzubauen.¹⁵³ 130. Gegen die Verwendung ausländischer Assortiments sprechen aber die in Rz 113 f. festgehaltenen Gründe, weshalb Uhrenhersteller in der Regel über die gesetzlichen Minimalanforderungen hinaus Komponenten verwenden, welche in der Schweiz hergestellt wurden. Dies gilt für Assortiments umso mehr, da es sich um das so genannte Herzstück eines mechanischen Uhrwerks handelt (vgl. oben Rz 121f.). Ein Grossteil der befragten Schweizer Uhrenhersteller kann sich denn aus Marketinggründen auch nicht vorstellen, ausländische Assortiments in ein Swiss Made Uhrwerk einzusetzen.¹⁵⁴ Eine Schweizer Uhr, deren zentraler Bestandteil aus ausländischer Produktion stammt, ist für die meisten Schweizer Uhren-

¹⁵⁰ RPW 2006/1, 53 ff., Lieferung von Nivarox-Assortiments. ¹⁵¹ Vgl. act. n° 58, 65, 67, 70, 74, 80, 81, 88, 91, 92, 103, 104, 107, 115, 120, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 136, 137, 138, 140, 141, 142, 144, 150, 161, 171, 194, 195, 196, 201, 205, 210, 212, 218, 222, 224, 245, 247, 258, 259, 260, 265, 292, 314, 332, 346, 350, 389, 456, 460, 461, 534. ¹⁵² Vgl. act. n° 382. ¹⁵³ Vgl. Pressemitteilung von Tag Heuer, abrufbar unter: <http://presscorner.tagheuer.com> [21.10.2013]. In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass das in-house hergestellte Uhrwerk von Tag Heuer (Calibre 1887) ebenfalls auf Know-How von Seiko basiert (vgl. http://www.uhren-wiki.net/index.php?title=TAG_Heuer_Calibre_1887 [21.10.2013]). ¹⁵⁴ Vgl. act. n° 58, 65, 67, 70, 74, 80, 81, 88, 91, 92, 103, 104, 107, 115, 120, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 136, 137, 138, 140, 141, 142, 144, 150, 161, 171, 194, 195, 196, 201, 205, 210, 212, 218, 222, 224, 245, 247, 258, 259, 260, 265, 292, 314, 332, 346, 350, 389, 456, 460, 461, 534.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 27 hersteller unvorstellbar. Vor diesem Hintergrund gibt keiner der befragten Uhrenhersteller an, im Ausland Assortiments zu beziehen.¹⁵⁵

131. Das Sekretariat befragte in diesem Zusammenhang auch die ausländischen Hersteller von Assortiments resp. Spiralen Seiko (Japan) und Carl Haas GmbH (Deutschland, nachfolgend: Haas). Ob Seiko Assortiments tatsächlich auch an Schweizer Kunden liefert, wurde in der Befragung nicht offengelegt. Seiko gab aber an, dass sie lediglich minimale Mengen an Assortiments an Drittkunden liefere. Gemäss eigenen Angaben sind ihre Assortiments zudem keine guten Substitute zu Nivarox-Assortiments, da sie nicht mit diesen austauschbar

seien (vgl. auch unten, Rz 136).¹⁵⁶

132. Die zur Kern-Liebers Gruppe gehörende Haas gab an, dass sie in Schramberg (D) lediglich Spiralfedern produziere, jedoch keine kompletten Assortiments. Haas gab aber an, dass sie plane, in Zukunft Spiralen an Schweizer Kunden zu liefern.¹⁵⁷ In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass Haas nach Angaben des Uhrenmagazins Chronos zusammen mit Schweizer Partnern im Westschweizer Jura „Grösseres“ plane, um den Wünschen seiner Kunden nach einer Produktion in der Schweiz besser gerecht zu werden.¹⁵⁸ Da es sich dabei um Zukunftspläne handelt, wird dies im Rahmen der potentiellen Konkurrenz behandelt (vgl. unten Rz 226 ff.).

133. Einige der befragten Unternehmen der Uhrenindustrie machen zudem auf eine unzureichende Qualität ausländischer Assortiments, insbesondere aus China, aufmerksam.¹⁵⁹

134. Es kann vorerst festgehalten werden, dass die Marktgegenseite primär aus Marketinggründen Assortiments aus schweizerischer Produktion nachfragt und höchstens in sehr geringem Ausmass Assortiments ausserhalb der Schweiz bezieht. Die oben erwähnte Tag Heuer scheint zukünftig eine Ausnahme zu sein. Die Uhrwerksproduktion von Tag Heuer machte jedoch mengenmässig im Jahr 2011 weniger als [0-5] % resp. einen äusserst kleinen Teil der Gesamtproduktion mechanischer Uhrwerke in der Schweiz aus. 135. Neben Marketinggründen scheint es technisch nicht ohne Weiteres möglich zu sein, ein Nivarox-Assortiment durch ein anderes Assortiment, z.B. ausländischer Herkunft zu ersetzen. Darauf wird im Rahmen der Analyse der Marktstellung von Nivarox, resp. der potentiellen Konkurrenz genauer eingegangen (vgl. unten Rz 217 ff.). An dieser Stelle sei jedoch Folgendes erwähnt: 136. Wie oben beschrieben, werden die jeweiligen Assortiments spezifisch für die einzelnen Uhrwerke hergestellt. Die Abnehmer von Assortiments können jeweils bloss diejenigen Assortiments einsetzen, welche für ein bestimmtes Uhrwerk resp. Uhrenmodell verwendet werden können (vgl. oben Rz 124). Die befragten Unternehmen der Uhrenindustrie geben in diesem Sinne an, dass das Assortiment und das Uhrwerk in jedem Fall aufeinander abgestimmt werden müssen.¹⁶⁰ Ein Anbieter erklärt dies wie folgt:

155 Vgl. act. n° 58, 65, 67, 70, 74, 80, 81, 88, 91, 92, 103, 104, 107, 115, 120, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 136, 137, 138, 140, 141, 142, 144, 150, 161, 171, 194, 195, 196, 201, 205, 210, 212, 218, 222, 224, 245, 247, 258, 259, 260, 265, 292, 314, 332, 346, 350, 389, 456, 460, 461, 534. 156 Vgl. act. n° 205. 157 Vgl. act. n° 194. 158 Vgl. CHRONOS, Basel 2012, S. 68. 159 Vgl. act. n° 58, 65, 67, 70, 74, 80, 81, 88, 91, 92, 103, 104, 107, 115, 120, 121, 122, 123, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 136, 137, 138, 140, 141, 142, 144, 150, 161, 171, 194, 195, 196, 201, 205, 210, 212, 218, 222, 224, 245, 247, 258, 259, 260, 265, 292, 314, 332, 346, 350, 389, 456, 460, 461, 534. 160 Vgl. act. n° 58, 65, 67, 70, 74, 80, 81, 88, 91, 92, 103, 104, 107, 115, 120, 121, 122, 123, 124, 126,

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 28 „En effet, dans les mouvements de grande production, il est de coutume d'utiliser un „pointage“ donné. Par ce terme, on pense à une planche de roue d'échappement, une ancre et un balancier spiral d'un fournisseur particulier. Cet ensemble définissant de fait la distance des axes de la roue d'échappement, de l'ancre et du balancier et des niveaux de performance.“¹⁶¹

137. Ein neues Uhrwerk wird darum in der Regel um ein bestimmtes Assortiment herum konzipiert. Das Assortiment steht somit normalerweise am Anfang der Entwicklung eines neuen Uhrwerks.¹⁶² Ein Wechsel auf Assortiments ausländischer Hersteller wie

beispielsweise Seiko, die die Komponenten primär für ihre eigenen Uhren konzipiert und deren Produkte andere technische Eigenschaften und Dimensionen aufweisen, ist deshalb nicht ohne Weiteres möglich. Ein bereits bestehendes Uhrwerk müsste angepasst resp. neu konzipiert werden. Die japanische Herstellerin Seiko ist dementsprechend der Ansicht, dass ihre Assortiments keine guten Substitute zu Nivarox-Assortiments seien, da sie nicht mit diesen austauschbar seien (vgl. oben Rz 131).

138. Swatch Group bestreitet, dass die Abgrenzung des relevanten Marktes bei den Assortiments national sei. Es sei durchaus möglich, im Ausland produzierte Assortiments in Swiss Made Uhrwerken zu verwenden, dies werde nachgewiesenermassen auch gemacht. Daran würde auch eine Verschärfung der Swiss Made Bestimmungen auf 60% oder 80% nichts ändern. Solange dies aber rechtlich möglich sei, müsse der relevante Markt über den Schweizer Markt ausgeweitet werden. Ausländische Anbieter, wie Seiko, Citizen, etc müssten mitberücksichtigt werden. Ausländische, insbesondere von japanischen Herstellern produzierte Assortiments seien qualitativ vergleichbar mit Assortiments von Nivarox. Es sei auch nicht allzu aufwendig, ein neues Assortiment für ein bestimmtes Werk von einem neuen Lieferanten herstellen zu lassen. Der Entwicklungsaufwand betrage etwa sechs bis neun Monate. Seiko sei zudem – bei entsprechenden Bestellungen und angemessenen Preisen – ohne Weiteres in der Lage, Substitute zu Nivarox Assortiments anzubieten. Eine Einschränkung des Marktes aus Marketinggründen oder nicht zutreffenden subjektiven Qualitätsvorstellungen sei deshalb sachfremd und kurzichtig.¹⁶³ Fazit 139. Aufgrund des Voranstehenden kann festgehalten werden, dass die Marktgegenseite Assortiments grossmehrheitlich in der Schweiz bezieht und ein Wechsel auf ausländische Assortiments technisch nicht ohne Weiteres möglich ist. Der geographische relevante Markt ist demnach – der Praxis des Sekretariats folgend – national abzugrenzen.

B.3.1.1.3 Fertighuhren

B.3.1.1.3.1 Sachlich relevanter Markt

140. Vorliegend muss der sachlich relevante Markt nicht abschliessend definiert werden, da dies für das Resultat der Untersuchung keine Rolle spielt. Swatch Group wird nicht vorgeworfen, ihre Stellung auf dem Markt für Uhren zu missbrauchen, sondern ihre marktbeherrschende Stellung auf den Märkten für mechanische Uhrwerke und Assortiments u.a. dazu einzusetzen, die Mitbewerber auf dem nachgelagerten Markt für mechanische Uhren zu behindern (vgl. hierzu unten Rz 283 ff.).

127, 128, 129, 130, 131, 136, 137, 138, 140, 141, 142, 144, 150, 161, 171, 194, 195, 196, 201, 205, 210, 212, 218, 222, 224, 245, 247, 258, 259, 260, 265, 292, 314, 332, 346, 350, 389, 456, 460, 461, 534. 161 Vgl. act. n° 123. 162 Vgl. act. n° 67, 115 (VMF), 123, 131, 140, 224, S. 99. 163 Vgl. act. n° 816, S. 2ff.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 29 141. Marktgegenseite bilden im vorliegenden Fall die Abnehmer von Fertighuhren, die Konsumenten.

142. Wie nachfolgende (nicht abschliessende) Aufzählung illustriert, zeichnet sich der Markt für Uhren durch eine vielfältige Produkt- und eine hohe Preisdifferenzierung aus:

■ Preis: Uhren kosten von unter hundert bis mehrere Millionen Franken. Die meisten Uhrenmarken bieten zudem Uhren zu sehr unterschiedlichen Preisen an.

■ Technologie: Es kann grundsätzlich zwischen Quarz- und mechanischen Uhren unterschieden werden. Daneben existieren auch sog. Hybriduhren mit mechanischen und

Quarz-Teilen.

■ Funktionen: Es gibt von Uhren, welche lediglich Grundfunktionen wie die Anzeige der Zeit ausführen, bis zu Uhren mit mehreren Komplikationen (wie z.B. Chronograph, zweite Zeitzone, ewiger Kalender, Minutenrepetition etc.) alle möglichen Ausführungen.

■ Leistungsmerkmale des Uhrwerks: Es existieren mechanische Uhren mit einer Gangreserve von knapp zwei Tagen bis mehrere Wochen. Zudem gibt es bedeutende Unterschiede in der Ganggenauigkeit mechanischer Uhren.

■ Materialien: Uhren aus Plastik sind ebenso erhältlich wie Uhren mit Gehäusen aus Edelmetall, teilweise zusätzlich noch mit Edelsteinen besetzt. Auch neuartige Technologien wie Karbon, Titan oder Keramik werden immer häufiger eingesetzt.

■ Damen- und Herrenuhren: Grundsätzlich kann zwischen Damen- und Herrenuhren unterschieden werden. Die Grenzen sind jedoch unklar, da Damen teilweise Herrenuhren tragen resp. sich Damenuhren bezüglich Dimensionen teilweise Herrenuhren annähern. Gemäss Swatch Group gebe es überdies Anbieter, welche verschiedene Grössen desselben Modells herstellen würden. Die einzelnen Modelle würden dann je nach Region von Männern oder von Frauen getragen.¹⁶⁴

■ Image/Aussehen: Es werden klassische Uhren, elegante Uhren, Sportuhren, Taucheruhren, Fliegeruhren oder sog. Fashionuhren etc. angeboten.

■ Swiss Made: Wie oben erwähnt (vgl. oben Rz 113), betrachten die Uhrenhersteller die Swiss Made Kennzeichnung als äusserst wichtigen Faktor, der ihre Uhren von Uhren anderer Hersteller abhebt.

143. Die Aufzählung zeigt, dass eine grosse Anzahl sich überlappender Differenzierungsmerkmale besteht, welche für eine Segmentierung des Marktes sprechen könnten. Obwohl alle Uhren dem Käufer grundsätzlich dieselbe Grundfunktion – die Anzeige der Zeit – bieten, ist für einen bestimmten Konsumenten ein mechanischer, 700-fränkiger Sportchronograph sicherlich nicht mit einer Damenuhr mit Diamanten für über 10'000 Franken austauschbar. Oder eine elegante Herrenuhr mit mehreren Komplikationen ist aus Sicht der Marktgegenseite nicht mit einer Quarz-Swatch aus Plastik substituierbar.

¹⁶⁴ Vgl. act. n° 816, S. 5.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 30 144. Nichtsdestotrotz spielt sich zwischen verschiedenen möglichen Marktsegmenten ein gewisser Wettbewerb ab, da verschiedene Uhren teilweise auch in höherem Masse substituierbar sind als in den zwei oben genannten Extrem-Beispielen. So könnte für einen potentiellen Kunden ein Sportchronograph im mittleren Preissegment mit einer Taucheruhr im selben Preissegment austauschbar sein. Oder eine mit Diamanten besetzte Damenuhr mit einer Damenuhr aus Gold mit Datumsanzeige usw. In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass beim Kauf von Uhren – zumindest im höheren Preissegment – teilweise emotionale Wünsche und Bedürfnisse eine gewichtigere Rolle spielen als der praktische Nutzen resp. die Eigenschaften einer bestimmten Uhr. Vor diesem Hintergrund drängt sich am ehesten eine Segmentierung des Marktes nach folgenden Differenzierungsmerkmalen auf. Segmentierung nach Preis

145. Es kann davon ausgegangen werden, dass ein potentieller Kunde in der Regel nach einer Uhr in einer bestimmten Preisklasse Ausschau hält. Die meisten der oben genannten

Differenzierungsmerkmale stehen denn auch in einem Zusammenhang mit dem Preis der Uhr. Grundsätzlich ist eine Uhr um so teurer (nicht abschliessende Aufzählung),

■ je mehr Funktionen resp. Komplikationen sie aufweist, ■ je wertvoller die verwendeten Materialien sind und, ■ bis zu einem gewissen Grad, je höher die Ganggenauigkeit sowie die Gangreserve des Uhrwerks ist.

146. Weil die meisten Differenzierungsmerkmale von Uhren mit dem Preis in Zusammenhang stehen, erscheint eine Segmentierung des Uhrenmarktes in verschiedene Preissegmente als sinnvoll. Die WEKO hat denn in ihrem Entscheid SUMRA/Distribution de montres auch festgehalten, dass der Uhrenmarkt in folgende Preissegmente eingeteilt werden könnte: 165 Tabelle 2: Preissegmente nach SUMRA

Bas de gamme < 200 CHF Milieu de gamme 200 - 700 CHF Milieu à haut de gamme 700 - 2'000 CHF Haut de gamme >2'000 CHF

147. Da die kumulierte Teuerung seit dem Jahr 2000 lediglich ca. 10 % beträgt, können diese Zahlen auch vorliegend herangezogen werden. 166 Der Branchenverband der Uhrenindustrie, die Fédération Horlogère Suisse (nachfolgend: FH) unterteilt den Uhrenmarkt wie folgt: 167 Tabelle 3: Preissegmente nach FH

Segment 1 < 200 CHF Segment 2 200 - 500 CHF Segment 3 500 - 3'000 CHF Segment 4 > 3'000 CHF

165 RPW 2001/3, 510 ff., SUMRA/Distribution de montres. 166 Vgl. Bundesamt für Statistik, www.bfs.ch. 167 Vgl. die monatliche Marktübersicht der FH, bspw. Swiss watchmaking in August 2012, abrufbar unter: <http://www.fhs.ch/en/statistics.php> [21.10.2013].

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 31 148. Die nachfolgende Analyse beruht auf der Segmentierung im Fall SUMRA/Distribution de montres sowie des Branchenverbands FH. Diese haben gemeinsam, dass bei einem Preis von ungefähr CHF 2'000–3'000 ein neues Marktsegment beginnt. Ohne den Markt abschliessend zu unterteilen, soll dies deshalb vorliegend als Analyserahmen dienen, d.h., die weiter hinten folgende Analyse geht zumindest von einem unteren und einem oberen Segment aus. 168 Ob der Markt abschliessend in zwei oder weitergehend in vier oder mehr Segmenten eingeteilt werden sollte, ist für die Beurteilung des vorliegenden Falles nicht von Belang, da es auf das Resultat keinen Einfluss hat.

Tabelle 4: Preissegmente – Analyserahmen für die vorliegende Untersuchung

Unteres Segment < ca. 2'000–3000 CHF Oberes Segment > ca. 2'000–3000 CHF

Damen- und Herrenuhren

149. Eine Unterscheidung nach Damen- und Herrenuhren erschiene als sinnvoll, da diese nicht gut substituierbar sind (vgl. dazu aber auch oben Rz 142). Ob der Markt abschliessend in Damen- und Herrenuhren segmentiert werden muss, ist für die Beurteilung des vorliegenden Falles nicht von Belang, da es auf das Resultat keinen Einfluss hat. Swiss Made 150. Wie vorstehend dargelegt (vgl. oben Rz 113), ist die Swiss Made Kennzeichnung von den befragten Schweizer Uhrenherstellern als äusserst wichtiges Alleinstellungsmerkmal angegeben. Es liegt deshalb auf der Hand, den Markt für Uhren weiter in Swiss Made Uhren und nicht Swiss Made Uhren zu unterteilen. 151. An dieser Stelle sei noch einmal erwähnt, dass ungefähr 95 % aller weltweit verkauften Uhren über

CHF 1'000 in der Schweiz hergestellt werden.¹⁶⁹ Ab einem gewissen Preissegment – innerhalb dessen der grösste Teil der in Frage stehenden Uhren verkauft werden – spielt demnach die Unterteilung in Swiss Made und nicht Swiss Made kaum mehr eine Rolle. Da es aber in casu auf das Resultat keinen Einfluss hat, muss hier nicht abschliessend beurteilt werden, ob der Markt für Uhren in Swiss Made und nicht Swiss Made Uhren unterteilt werden muss. Technologie 152. Quarzwerke werden in der Regel in eher günstige Uhren eingebaut, mechanische Uhrwerke hingegen in teurere Modelle (vgl. auch oben Rz 93).¹⁷⁰ Es kommt zwar vor, dass Quarzwerke in teurere Uhren eingebaut werden, insbesondere bei Damenmodellen. Es ist jedoch davon auszugehen, dass aus Sicht vieler Kunden eine Quarzuhr in der Regel nicht mit einer mechanischen Uhr austauschbar sein dürfte. 153. Der umgekehrte Fall, nämlich der Einbau mechanischer Uhrwerke in günstigere Uhren kommt auch nur in wenigen Ausnahmefällen vor. So werden einige wenige Uhrenmodelle mit mechanischen Uhrwerken für ungefähr CHF 150 angeboten, z.B. der Marke Swatch.

168 Eine Unterscheidung von „Massmarket“ und „Luxusprodukten“ entspricht im Übrigen der Praxis der WEKO sowie der Europäischen Kommission, vgl. RPW 2011/4, 594 ff. Rz 466 ff., Ascopa; Kom- mE, COMP/M.6212 – LVMH/BULGARI, vom 29. Juni 2011, Rz 15. 169 VONTOBEL LUXURY GOODS SHOP, Watch Industry, 16.04.2012. 170 Vgl. auch PICTET, The Watch Industry, What makes it tick?, November 2003.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 32 154. Es kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass Quarzuhren insbesondere im unteren Segment bis zu einem gewissen Grad mit mechanischen Uhren substituierbar sein könnten. Dies gilt umso mehr, je günstiger die Uhr ist. Da es auf das Resultat keinen Einfluss hat, kann es an dieser Stelle jedoch offen gelassen werden, ob der Markt, insbesondere das untere Segment, in Quarzuhren und mechanische Uhren unterteilt werden müsste.

155. Swatch Group macht geltend, dass analoge Quarzuhren keine Billigprodukte seien, sondern hochkomplexe Produkte mit zahlreichen Möglichkeiten. Analoge Quarzwerke würden beispielsweise in Damenmodellen sowie in Schmuckuhren eingebaut, was gerade keine Billigmärkte seien. Auch renommierte Luxusuhrmarken würden viele Quarzwerke einbauen. Zudem kämen Quarzwerke auch in modeorientierten und sportlichen Uhren zum Einsatz. Quarzwerke seien auf dem Vormarsch, da die Lebensdauer der Batterien zugenommen habe und neue Funktionen realisiert werden könnten (Bsp. Tissot T-Touch). Swatch Group ist der Meinung, dass die Kunden ihren Kaufentscheid in der Regel nicht aufgrund eines bestimmten Werkes fällen würden, sondern vielmehr sei die Marke ausschlaggebend dafür.¹⁷¹

Fazit 156. Vorliegend muss der sachlich relevante Markt nicht abschliessend definiert werden, da dies für das Resultat der Untersuchung keine Rolle spielt. Swatch Group wird nicht vorgeworfen, ihre Stellung auf dem Markt für Uhren zu missbrauchen, sondern ihre marktbeherrschende Stellung auf den Märkten für mechanische Uhrwerke und Assortiments u.a. dazu einzusetzen, die Mitbewerber auf dem nachgelagerten Markt für mechanische Uhren zu behindern (vgl. hierzu unten Rz 283 ff.). Es spricht jedoch vieles dafür, den Markt zumindest in Uhren des unteren Segments bis zu einem Verkaufspreis von ungefähr CHF 2'000–3'000 und Uhren des oberen Segments mit einem Verkaufspreis von über ungefähr CHF 2'000– 3'000 zu segmentieren.

B.3.1.1.3.2 Räumlich relevanter Markt

157. Uhren, insbesondere auch Swiss Made Uhren werden weltweit beworben und nachgefragt. Der relevante Markt dürfte deshalb – ohne dies vorliegend genau untersucht zu haben und abschliessend zu beurteilen – international abzugrenzen sein.

B.3.1.2 Marktstellung

158. Nach der Abgrenzung der relevanten Märkte gilt es zu prüfen, ob Swatch Group eine marktbeherrschende Stellung auf diesen Märkten einnimmt. Als marktbeherrschende Unternehmen gelten einzelne oder mehrere Unternehmen, die auf einem Markt als Anbieter oder Nachfrager in der Lage sind, sich von anderen Marktteilnehmern (Mitbewerbern, Anbietern oder Nachfragern) in wesentlichem Umfang unabhängig zu verhalten (Art. 4 Abs. 2 KG).

159. Für die Beurteilung, ob ein Unternehmen marktbeherrschend ist, sind die Situation der Konkurrenten (aktueller Wettbewerb), die Marktzutrittsschranken (potentieller Wettbewerb) sowie die Stellung der Marktgegenseite zu analysieren.¹⁷² Diese Praxis entspricht auch der neuesten Mitteilung der EU-Kommission zur Beurteilung von Behinderungsmissbrauch durch marktbeherrschende Unternehmen.¹⁷³ Gemäss dieser Mitteilung sind folgende Faktoren zu

171 Vgl. act. n° 816, S. 2 f. 172 Vgl. RPW 2008/3, 395 Rz 106, Publikation von Arzneimittelinformationen; RPW 2006/4, 640 Rz 91, Flughafen Zürich AG (Unique) - Valet Parking; Entscheid der REKO/WEF, RPW 2004/3, 882 E. 4.4., Unique (Flughafen Zürich AG). 173 Vgl. Mitteilung der EU-Kommission vom 9.2.2009: „Erläuterungen zu den Prioritäten der Kommission bei der Anwendung von Artikel 82 des EG-Vertrags auf Fälle von Behinderungsmissbrauch durch marktbeherrschende Unternehmen.“

(nachfolgend: Mitteilung zu Art. 82 EGV); Dieselben Kriterien finden sich auch in den Recommended Practices des ICN zu „Dominance/Substantial Market

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 33 prüfen: (1) der Wettbewerbsdruck aufgrund bereits bestehender Lieferungen von vorhandenen Wettbewerbern und deren Marktstellung (Marktstellung des marktbeherrschenden Unternehmens und seiner Wettbewerber); (2) der Wettbewerbsdruck aufgrund der drohenden Expansion bereits vorhandener Wettbewerber oder des drohenden Markteintritts potentieller Wettbewerber (Expansion und Markteintritt); und (3) der Wettbewerbsdruck aufgrund der Verhandlungsstärke der Abnehmer (Nachfragemacht).

B.3.1.2.1 Mechanische Uhrwerke

B.3.1.2.1.1 Aktueller Wettbewerb

160. Die WEKO hielt im Jahr 2004 fest, dass ETA über eine marktbeherrschende Stellung auf dem Markt für mechanische in der Schweiz hergestellte Ebauches mit einem Stückpreis bis zu CHF 300 verfügt.¹⁷⁴ Da das Ebauche der Hauptbestandteil eines mechanischen Uhrwerks ist, sind mechanische Uhrwerke als ein dem Markt für Ebauches nachgelagerter Markt zu betrachten. Dies spricht a priori für eine ebenfalls sehr starke Marktstellung von ETA im Bereich der mechanischen Uhrwerke.

Marktteilnehmer und Marktanteile 161. Grundsätzlich gibt es Hersteller mechanischer Uhrwerke, welche an Drittkunden liefern (z.B. ETA oder Sellita) und solche, welche Uhrwerke ausschliesslich für den Eigengebrauch herstellen (z.B. Rolex). Betrachtet man die Gesamtheit der in der Schweiz hergestellten mechanischen Uhrwerke, ergeben sich folgende Produktionsanteile: Abbildung 2: Marktanteile Gesamtproduktion mechanische Uhrwerke 2010/175

Power Analysis pursuant to Unilateral Conduct Laws“

(www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc317.pdf; 21.10.2013). 174 RPW 2005/1, 136 Rz 103, ETA SA Manufacture Horlogère Suisse. Ob ETA nach Ablauf der ein- vernehmlich geregelten Lieferverpflichtung heute noch marktbeherrschend ist, kann an dieser Stelle offen gelassen werden. 175 Quelle: Erhebungen des Sekretariats. Die Marktanteile basieren auf Mengen.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 34 162. Die Abbildung zeigt, dass in ungefähr drei Vierteln aller mechanischen Schweizer Uhren ein ETA-Uhrwerk tickt. ETA produziert gut [...] Mio. mechanische Uhrwerke pro Jahr. Neben ETA stellen Rolex ([...] Mio.) und Sellita (2010: [...] Mio.) grössere Mengen mechanischer Uhrwerke her. 176 Daneben haben verschiedene Uhrenhersteller mit der Produktion eigener Uhrwerke begonnen resp. bestehende Produktionskapazitäten ausgebaut, so beispielsweise die Richemont-Gruppe ([...] Mio.), Breitling oder Tag Heuer. 163. Diese Uhrenhersteller sowie Rolex produzieren nur für den Eigengebrauch, weshalb sie für die Marktgegenseite momentan keine Alternativen darstellen und somit nicht in Konkurrenz zu ETA stehen. 177 Die Produktion für den Eigengebrauch müsste nur dann bei der Marktanteilsberechnung berücksichtigt werden, wenn eine Erhöhung der Marktpreise dazu führen würde, dass die für eigene Bedürfnisse reservierten Produktionskapazitäten für die Produktion zugunsten Dritter verwendet würden oder Produktionskapazitäten für die Befriedigung des Bedarfs Dritter erhöht würden. 178 Dies war in der Vergangenheit trotz steigender Preise von ETA nicht der Fall [...], weshalb die Eigenproduktion bei der Marktanteilsberechnung nicht zu berücksichtigen ist. Betrachtet man nun lediglich den eigentlichen Markt, das heisst, die Mengen, welche von Uhrwerksherstellern an Drittkunden geliefert werden, ergeben sich folgende Marktanteile:

Abbildung 3: Marktanteile Markt für mechanische Uhrwerke 2010/179

164. Die ausgewiesenen Marktanteile basieren auf Zahlen des Jahres 2010, weil diese zum Zeitpunkt der Befragung durch das Sekretariat, im Juli 2011, von den Unternehmen angegeben werden konnten. Die Zahlen für das Jahr 2011 hingegen basieren auf Schätzungen resp. Hochrechnungen der Unternehmen, weshalb diese hier nur ergänzend hinzugezogen werden können (siehe weiter unten). Die Abbildung 3 zeigt, dass ETA über 80 % aller an Drittkunden verkaufte mechanische Uhrwerke herstellt. Insgesamt lieferte Swatch Group gut zwei Mio. Uhrwerke an Drittkunden. 180 Sellita, die im Zuge des Phasing-Outs bei Ebauches vor etwa 10 Jahren mit der Produktion mechanischer Uhrwerke begann, stellt die einzige echte Alternative dar, welche ebenfalls Uhrwerke in industriellen Mengen herstellt. Sopro ist

176 Dies deckt sich mit einer Marktstudie der Bank Vontobel, welche für das Jahr 2009 einen Marktanteil von über 70 % für ETA auswies. Vgl. BANK VONTOBEL (Hrsg.), Vontobel European Luxury Goods Shop, Uhrenindustrie, Genf 2010. 177 Die zunehmende Bedeutung der Eigenproduktion resp. der zunehmende Grad an Unabhängigkeit verschiedener Uhrenhersteller wird im Abschnitt potentielle Konkurrenz weiter unten behandelt. 178 Vgl. MANI REINERT/BENJAMIN BLOCH, in: Basler Kommentar, Kartellgesetz, Amstutz/Reinert (Hrsg.), 2010, Art. 4 Abs. 2 KG N 296. 179 Quelle: Erhebungen des Sekretariats. Die Marktanteile basieren auf Mengen. 180 Vgl. AARGAUER ZEITUNG vom 09.06.2011, S. 11.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 35 eine weitere Herstellerin mechanischer Uhrwerken, welche im Moment jedoch noch einen sehr bescheidenen Anteil am Markt hat. Bei den „Anderen“ handelt es sich um Hersteller von haut-de-gamme Werken, welche relativ kleine Stückzahlen (< 5'000 Stück) herstellen und kaum mit den industriell hergestellten Uhrwerken von ETA oder Sellita ausgetauscht werden können (vgl. oben Rz 98 ff.). Der hohe Marktanteil von ETA ist bereits ein sehr starkes Indiz für eine marktbeherrschende Stellung von ETA.¹⁸¹ 165. Die geschätzten Marktanteile für das Jahr 2011 präsentieren sich wie folgt: Tabelle 5: Marktanteile Markt für mechanische Uhrwerke 2011¹⁸²

2010 2011 geschätzt ETA [80-90] % [70-80] % Sellita [10-20] % [20-30] % Soprod [0-5] % [0-5] % Andere [0-5] % [0-5] %

166. Aus der Marktanteilsentwicklung ist ersichtlich, dass es kürzlich zu Marktanteilsverschiebungen hin zu Sellita kam. Dies ist hauptsächlich auf die Erhöhung der Produktionskapazitäten von Sellita im Jahr 2011 zurückzuführen. Sellita bietet mechanische Uhrwerke an, welche mit denjenigen von ETA weitgehend identisch sind (es handelt sich mehrheitlich um sog. Generika-Werke). Für fünf der sechs meistverwendeten Kaliber bietet Sellita gute Substitute zu ETA in einem ähnlichen Preissegment an (vgl. auch Tabelle 1). Für diesen Teil des Marktes ist Sellita ein alternativer Hersteller zu den Produkten von ETA. Es muss jedoch be- achtet werden, dass Sellita als einzige grössere Konkurrentin von ETA

- über deutlich tiefere Produktionskapazitäten als ETA verfügt (um den Faktor [...]),
- nur einen kleinen Teil der Produktauswahl von ETA anbietet,
- weniger Produktionsschritte intern, d.h. unabhängig von Zulieferern, tätig und
- beim Herzstück der Werke, dem Assortiment, im Moment noch auf Produkte der Swatch Group (Nivarox) angewiesen ist. Dies hat zur Konsequenz, dass Swatch Group den Output von Sellita indirekt kontrolliert: Sellita kann nur so viele Uhrwerke produzieren, wie sie über Assortiments von Nivarox verfügt (zur Stellung von Nivarox vgl. weiter unten Rz 217 ff.).¹⁶⁷ Die disziplinierende Wirkung, welche Sellita auf ETA ausüben kann, wird dadurch stark eingeschränkt.¹⁶⁸ Soprod bietet ein industriell hergestelltes mechanisches Uhrwerk an, das Kaliber A10. Es handelt sich um ein technisch gutes Substitut für das Kaliber 2892-A2 von ETA resp. das SW 300 von Sellita. Die Produktionskapazitäten von Soprod sind jedoch momentan noch bedeutend kleiner als jene von Sellita oder gar ETA. Soprod produzierte gemäss Pressean- gaben in den Jahren 2011/2012 rund 70'000-100'000 Uhrwerke pro Jahr.¹⁸³ Zudem ist die- ses Alternativwerk ungefähr doppelt so teuer als die vergleichbaren Produkte von Sellita o- der ETA. Weiter ist das A10 von Soprod noch nicht lange auf dem Markt, weshalb bei poten-

¹⁸¹ Vgl. BSK KG-REINERT/BLOCH (FN 178), Art. 4 Abs. 2 N 271 und 277; RETO A. HEIZMANN, Der Be- griff des marktbeherrschenden Unternehmens im Sinne von Art. 4 Abs. 2 in Verbindung mit Art. 7 KG, 2005, 172 N 314. Vgl. auch MASSIMO MOTTA, Competition Policy, Theory and Practice, Cam- bridge 2004, 117 ff. ¹⁸² Quelle: Erhebungen des Sekretariats. ¹⁸³ Vgl. DER BUND vom 25.03.2011, S. 11; LE QUOTIDIEN JURASSIEN, 23.04.2012.

32/2010/00075/COO.2101.111.5.299365 36 tiellen Kunden teilweise eine gewisse Unsicherheit betreffend Zuverlässigkeit des Werks be- steht.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.