



STUDIENVEREINIGUNG
KARTELLRECHT

Roundtable Vertriebssysteme im Wandel, insbesondere am Beispiel des Kraftfahrzeugvertriebs

Arbeitssitzung vom 5. Juli 2024

mit dem Center for the Law of Innovation and Competition,
Universität Bern



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

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

Vertriebssysteme im Wandel

Studienvereinigung Kartellrecht / Universität Bern

5. Juli 2024

Dr. Andrea Graber Cardinaux, Vizedirektorin, Sekretariat WEKO
andrea.graber@weko.admin.ch

Diese Präsentation bindet die WEKO und ihr Sekretariat nicht.



Entwicklungen Vertikalbereich

- Ausgangspunkt: **Bekanntmachung der WEKO** und dazugehörige Erläuterungen vom 12. Dezember 2022, basierend auf EU Vertikal-GVO und Vertikal-Leitlinien vom 10. Mai 2022
- Juni 2023: Eröffnung **Untersuchung im Online-Handel** mit Druckerzubehör und Büromaterial wegen Verdacht auf vertikale Preisabreden
- Dezember 2023: Abschluss **Vorabklärung Zerspanungswerkzeuge** – Dualvertrieb
- Dezember 2023: Eröffnung **Vorabklärung Feuerlöscher** – Agenturmodell und Dualvertrieb
- **Beratungstätigkeit:** Online-Handel (Doppelpreissystem)
- **Marktbeobachtungen** mit Verdacht auf vertikale Preisabreden und Marktabshottung – Abschluss mit Rundschreiben/Schulungen/Anpassung Verträge





Dualer Vertrieb



Bohrer, Spiralbohrer,
Bohrwerkzeuge

9.472 Produkte



Wendeplattenbohrer,
Vollbohrer, Aufbohrer

1.889 Produkte



Senker, Senkwerkzeuge
und Entgrater

960 Produkte



Feinspindelsystem

24 Produkte



Gewindewerkzeuge

4.241 Produkte



Sägewerkzeuge

3.311 Produkte

- **Vorabklärung Zerspanungswerkzeuge –**
Schlussbericht vom 19. Dezember 2023
- keine Anhaltspunkte für Wettbewerbsabreden bei **Aufbau und Umsetzung Dualvertrieb**
- zulässige Zuteilung von bisherigen Kundinnen an andere Händlerinnen
- zum Aufbau des Dualvertriebs darf Vertriebsgesellschaft den Händlerinnen einmalig vertrauliche Informationen mitteilen, namentlich zu Umsätzen und bisherigen Verkaufspreisen mit Vorgabe, diese nicht zu überschreiten
- zulässige gemeinsame Bruttopreisliste
- zulässiger Informationsaustausch über Kundschaft der Händlerinnen, bezogene Produkte und Mengen bei Direktversand der Werkzeuge ab Lager der Herstellerin



Entwicklungen Automobilsektor

- relative Marktmacht seit 1. Januar 2022 → Untersuchungseröffnung WEKO im Automobilsektor im Januar 2024
- Mo. Pfister (18.3898): KFZ-Verordnung und Erläuterungen der WEKO seit 1. Januar 2024
- Einführung Agenturmodelle → Vorabklärung des WEKO-Sekretariats und Mo. Gugger (22.3838)





KFZ-Verordnung und Erläuterungen



- Verordnung enthält keine materiellen Änderungen
- wie bisher kein allgemeiner Anspruch auf Vertragsabschluss / Kontrahierungszwang
- wie bisher verliert Fahrzeug Anspruch auf Herstellergarantie bei Verkauf durch unabhängige Händler
- Erläuterungen gekürzt um Ausführungen zum Selektivvertrieb → geregelt in Vertikalbekanntmachung



Umsetzung Motion Pfister I

- Interpellation 24.3311 vom 15. März 2024 zur Motion 18.3898 «Effektiver Vollzug des Kartellgesetzes beim Kraftfahrzeughandel» – Wie und wann setzt der Bundesrat die fehlenden Punkte der Motion um?
- Kritik, dass KFZ-Bekanntmachung 2015 und nicht KFZ-Bekanntmachung 2002 (mit grundsätzlicher Unzulässigkeit gewisser Wettbewerbsabreden) in KFZ-Verordnung überführt wurde
- Kritik, dass Herstellergarantie nicht gewährt werden muss, wenn Fahrzeug ausserhalb Selektivvertrieb verkauft wird





Umsetzung Motion Pfister II

- Mo. 24.3627 Pfister II vom 13. Juni 2024 :
Wiederherstellung des Wettbewerbs- und Konsumentenschutzes im Autohandel / Beseitigung eines Handelshemmnisses bei Elektrofahrzeugen
- Bundesrat wird beauftragt, durch Änderung der KFZ-Verordnung sicherzustellen, dass bei Parallel- oder Direktimporten von Kraftfahrzeugen die Herstellergarantie unabhängig vom Vertriebskanal gewährleistet bleibt
- Begründung: gemäss KFZ-Bek 2002 war der Wegfall der Herstellergarantie unzulässig, Problem akzentuiert sich bei Elektrofahrzeugen, Herstellergarantie bereits in Werkpreis enthalten, Marktabschottung





Agenturmodell

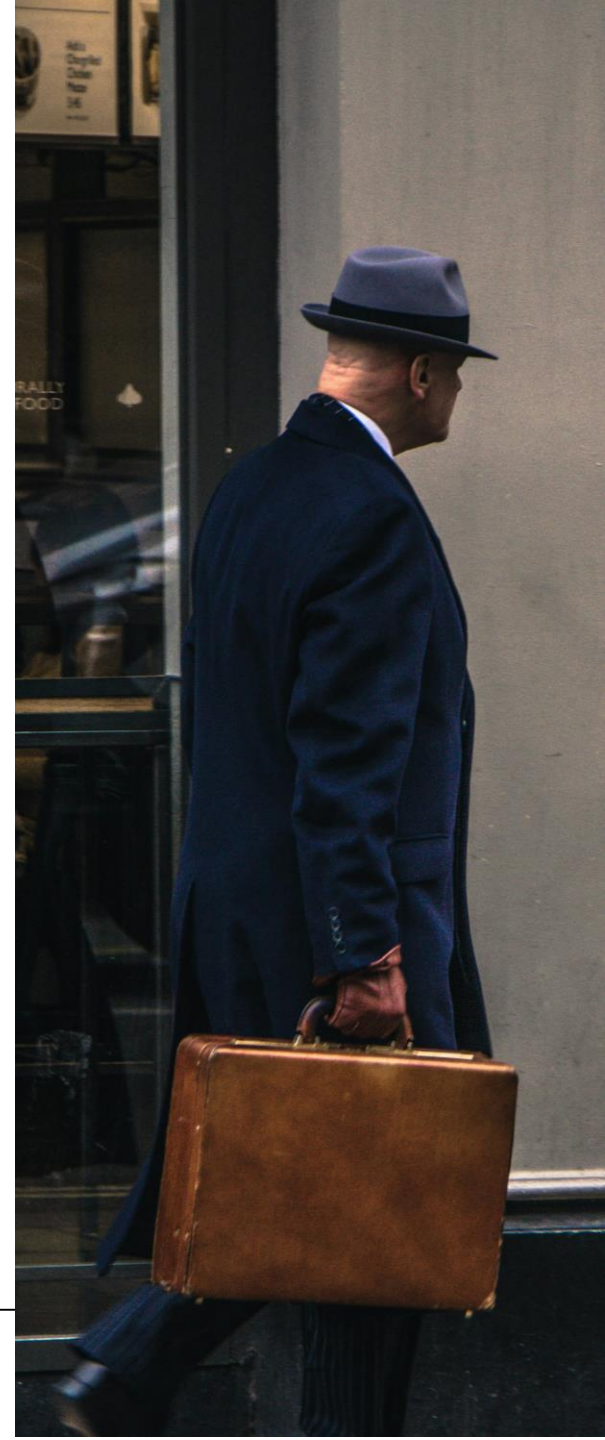


- Kaufvertrag zwischen Hersteller/Importeur und Endkunde
- Fahrzeuge bleiben im Eigentum der Hersteller/Importeure, diese setzen die Preise und Geschäftsstrategie fest
- Garagen sind Vermittler/Agenten; verkaufen Fahrzeug im Auftrag des Hersteller/Importeurs und erhalten bei Verkauf Provision
- keine erheblichen Kosten/Risiken bei den Garagen oder für solche explizite Entschädigung



Kartellrechtliche Einschätzung

- generell: Ausschaltung markeninterner Preis-Wettbewerb, Risiko Marktabstimmung
- **echte Agenturmodelle**
 - keine erheblichen Kosten/Risiken bei den Garagen oder für solche explizite Entschädigung
 - Agent kein unabhängiges Unternehmen, keine Wettbewerbsabrede mit dem Hersteller/Importeur
 - Preissetzung durch Hersteller/Importeur kartellrechtlich zulässig (keine Anwendung von Art. 5 KG)
- **unechte Agenturmodelle**
 - gewisse Kosten/Risiken verbleiben bei Garage
 - Preissetzung durch Hersteller birgt Risiko einer unzulässigen, sanktionierbaren Preisabrede
- Risiko- und Kostenverteilung letztlich Frage der gelebten Vertragswirklichkeit





Vorabklärung Agenturmodell

- Meldung Einführung Agenturmodell im Rahmen eines Widerspruchsverfahrens
- Anwendung Prüfkriterien von Agenturmodellen gemäss den EU-Vertikalleitlinien
- Vorabklärung prüft, ob die Kraftfahrzeuganbieterin tatsächlich alle wesentlichen Kosten und Risiken der Agenten übernimmt





Motion Gugger



- 22.3838: Schutz vor der einseitigen Einführung des Agenturmodells im KFZ-Markt
- Händler- und Werkstattverträge mit Garagen dürfen nicht gekündigt werden, wenn Hersteller oder Importeure nicht nachweisen können, dass das neue Vertriebsmodell signifikant effizienter ist
- das Kartellgesetz soll auch dann gelten, wenn Hersteller oder Importeure sich für einen Vertrieb via Agentur oder für einen Direktvertrieb entscheiden
- BR: Ablehnung der Motion mit Verweis auf Wirtschafts- und Vertragsfreiheit, KG ist auf alle Vertriebsmodelle anwendbar
- NR: Annahme am 28.2.2024 mit 141 zu 41 Stimmen

Vertriebssysteme im Wandel

Studienvereinigung Kartellrecht / Universität Bern

Mani Reinert

5. Juli 2024

- Vertrieb wird digitaler (auch wenn das Auto noch lokal bestellt und abgeholt wird):
 - Digitale Marketing-Kanäle revolutionieren Werbung
 - Kundschaft ist aufgrund des Internets in der Regel sehr gut über Produkte informiert.
 - Bedeutung der Händlerinnen als Bindeglied zwischen Herstellerinnen und Endkundschaft hat abgenommen.
- Konsolidierung auf Händlerebene. Weniger und dafür grössere Händlerinnen. Gründe:
 - Grössere Modellpaletten der Herstellerinnen verlangen grössere Showrooms etc.
 - Technisch anspruchsvollere Produkte verlangen in der Wartung mehr Know-how und mehr Wartungsgeräte, die sich nur mit grösseren Stückzahlen amortisieren lassen.
 - Administrative Vereinfachungen für Herstellerinnen aufgrund weniger Händlerinnen.

- Folgen:
 - Herstellerinnen haben Händlernetze in den letzten Jahren ausgedünnt.
 - Zudem fassen grössere ausländische Händler in der Schweiz Fuss, z.B.:
 - Hedin (Schweden), Pappas (Österreich) und Rossi (Frankreich) im Bereich Handel
 - Auto Bergé im Bereich Import
- Ähnliche Entwicklungen sind auch im Ausland zu beobachten.
- Das (Kartell-)recht sollte diesen Strukturwandel nicht grundsätzlich aufhalten wollen.
- Das Kartellrecht sollte nicht primär als Mittel verstanden werden, um wirtschaftliche Ungleichgewichte zu beheben.
- Fokus auf relative Marktmacht, Schutz vor Kündigungen etc. birgt auch das Risiko, dass Bewusstsein in Händlerverbänden und -kreisen für Art. 5 Abs. 3 KG-Themen zu wenig geschärft ist (vgl. VW-Fälle).

- Kfz-Branche ist die einzige Branche mit einer nennenswerten Zahl von Zivilverfahren.
- Hintergrund sind Netzkündigungen, gegen die sich Händlerinnen mittels Begehren um Erlass vorsorglicher Massnahmen zur Wehr setzten (nachdem das Sekretariat die Garagen auf den Zivilweg verwies).
- Ausgedehntes Forum Shopping, um in einem Kanton ein günstiges Musterpräjudiz zu erwirken.
- Die meisten Klagen scheiterten. Gründe:
 - Zivilprozessualen Gründe:
 - Fehlende Zuständigkeit des Zivilgerichts infolge Gerichtsstandsklausel
 - Mangelhaft formulierte Rechtsbegehren
 - Rechtskraftwirkung eines früheren Massnahmeentscheids
 - Fehlende materielle Begründung (Keine Marktbeherrschung, Vorhandensein von sachlichen Gründen für Kündigung/Nichterneuerung Vertragsverhältnis)

Motion Pfister I (18.3898)

Bewertung der vorgebrachten Argumente (1/2)

Argumente für Motion Pfister I

Bewertung

Rückkehr zur WEKO-Praxis auf den Stand der KFZ-Bek 2002

Die KFZ-Bek 2002 entspricht in wesentlichen Teilen nicht mehr dem geltenden EU-Recht

Zivilgerichte ignorieren die KFZ-Bek, indem sie keinen Kontrahierungszwang auferlegen

Ein Kontrahierungszwang bestand schon unter der KFZ-Bek 2002 nicht. Zivilklagen scheitern aus (geschilderten) anderen Gründen.

KFZ-Bek 2002 soll für Zivilgerichte verbindlich werden.

Rechtsvereinheitlichung sollte über BGer erreicht werden. Die KFZV ist überdies für Zivilgerichte nicht verbindlich. Zivilgerichte können die KFZV auf ihre Gesetzeskonformität hin überprüfen (konkrete Normenkontrolle).

Herstellerinnen halten sich nicht an Kfz-Bek.

Händlerverträge entsprechen der Kfz-Bek.

Motion Pfister I (18.3898)

Bewertung der vorgebrachten Argumente (2/2)

Argumente für Motion Pfister I

Bewertung

Herstellergarantie soll auch für ausserhalb des selektiven Vertriebs gekaufte Fahrzeuge gelten (siehe Motion Pfister II, Seite 9)

Wäre Widerspruch zu EU-Recht (*Metro/Kommission*)

Händlerinnen sollen mehrere Marken vertreten können

Wäre Widerspruch zu EU-Recht (*Delimitis*)

Motion Pfister I (18.3898)

Einige kritische Bemerkungen zur KFZV (1/2)

- Mit der KFVZ wurden auch einige Eigenschaften der KFZ-Bek fortgeschrieben.
- Art. 6 KG gibt die Kompetenz zu Verordnungen, die die Voraussetzungen der Rechtfertigung nach Art. 5 Abs. 2 KG regeln.
- Die KFZV äussert sich aber primär zu qualitativ schwerwiegenden Beeinträchtigungen.
- Rechtfertigung nach Art. 5 Abs. 2 KG ist nur indirekt geregelt (über Art. 2 Abs. 3 KFZV i.V.m. Art. 18 Abs. 2 Vert-Bek).
- Konzept der qualitativen schwerwiegenden Beeinträchtigung ist dogmatisch nicht vollends überzeugend:
 - Ist dem Begriff der Kernbeschränkung/nicht freigestellten Beschränkung der EU-GVOs entlehnt.
 - Entspricht aber inhaltlich der qualitativen Erheblichkeit
 - Spürbarkeit und Kernbeschränkung/nicht freigestellte Beschränkung sind aber unterschiedliche Tatbestandsmerkmale.

Motion Pfister I (18.3898)

Einige kritische Bemerkungen zur KFZV (2/2)

- Auch in der KFZV bleiben Differenzen zum EU-Kartellrecht, für die eine zwingende Begründung fehlt. Einige als qualitativ schwerwiegend bezeichnete Klauseln sind nach EU-Kartellrecht arguably keine Wettbewerbsbeschränkungen:
 - Verpflichtung des Händlers, gleichzeitig Instandstellungs- und Wartungsdienstleistungen zu erbringen (vgl. auch *Metro/Kommission*).
 - Einschränkungen des Mehrmarkenvertriebs (Art. 7 KFZV) (*Delimitis*).
 - Nicht Art. 8 KFZV entsprechende Kündigungsklauseln.
- Die von der KFZV geforderte Trennung von Verkauf/Wartung/Teilevertrieb ist ökonomisch nicht sinnvoll:
 - Neuwagenkäufer erwarten das Bündel von Verkauf und Wartung.
 - Neuwagengeschäft ist wichtig, um Kundenstrom für Wartung zu generieren. Ansonsten trocknet der Kundenstrom auch für die Wartung langsam aus, da Kunden älterer Fahrzeuge ins inoffizielle Netz wechseln. Die Begrenzung auf Wartung erfolgt häufig, um Verkaufsstandards nicht mehr erfüllen zu müssen.
 - Ein entbündelter Zugang zu Ersatzteilen ist für Endkundschaft nicht praktikabel, da Ersatzteile und Wartung im Bündel bezogen werden.

Motion Pfister II (24.3627)

Bewertung der vorgebrachten Argumente

Argumente für Motion Pfister II	Bewertung
KFZ-Bek 2002 sah Herstellergarantie unabhängig von Vertriebskanal vor	Ziff. 5 c) KFZ-Bek sah dies zumindest nicht explizit vor.
Herstellergarantie ist immer im Preis des Fahrzeugs enthalten, wenn es das Werk verlässt	Die Herstellergarantie ist nicht notwendigerweise im Preis enthalten. Z.T. auch je nach Land unterschiedliche Garantien
Verweigerung der Herstellergarantie gefährdet den grenzüberschreitenden Intra-brand-Wettbewerb	Ausländische Selektivhändlerinnen dürfen aktiv und passiv in die Schweiz verkaufen
Keine Gefährdung des selektiven Vertriebs	Graumarktimporte beruhen immer auf einer Vertragsverletzung der betreffenden Selektivhändlerin
	Aber v.a.: Herstellerin hat bei Graumarktimporten keine Kontrolle darüber, ob Fahrzeug ausserhalb des Selektivnetzes fachgerecht aufbereitet, gelagert und gewartet wurde

Vorteile

Engere Bindung der Kundschaft an Herstellerinnen (besserer Zugang zu Kundendaten, auch für Folgegeschäfte, Abomodelle etc.)

Grössenvorteile/-effizienzen im Absatz. Einfachere Umsetzung neuer Vertriebsmodelle.

Bessere Steuerbarkeit bei Produktionsengpässen

Nachteile

Herstellerinnen müssen wesentliche vertrags-/markenspezifische Kosten/Risiken aus Vertrieb selbst übernehmen.

Rechtsunsicherheit, wie weit diese Kostendeckungspflicht geht (da Agent Geschäftsräume und Personal selbst finanzieren muss).

Bussenfolgen bei rechtlicher Fehleinschätzung können sehr gravierend sein.

Risiken aus Gewährleistung, Zahlungsausfall etc., Erhöhung der Bilanzsumme

Überschüsse aus Produktion können nicht mehr ins Händlernetz "runtergedrückt" werden.

Agentur aus Sicht der Händlerinnen

Vorteile

Intrabrand-Preiswettbewerb fällt weg

Weniger Kapitalbedarf infolge Wegfall
Vorfinanzierungspflicht oder Neufahrzeuglager

Weniger Verlustrisiken aufgrund schwer absetzbarer
Fahrzeuge

Keine Gewährleistungs- und Zahlungsausfallrisiken

Nachteile

Händlerinnen werden ersetzbarer

Provision tendenziell niedriger als bisherige Marge

Verlust Unternehmertum und -geist

Vertriebssysteme im Wandel

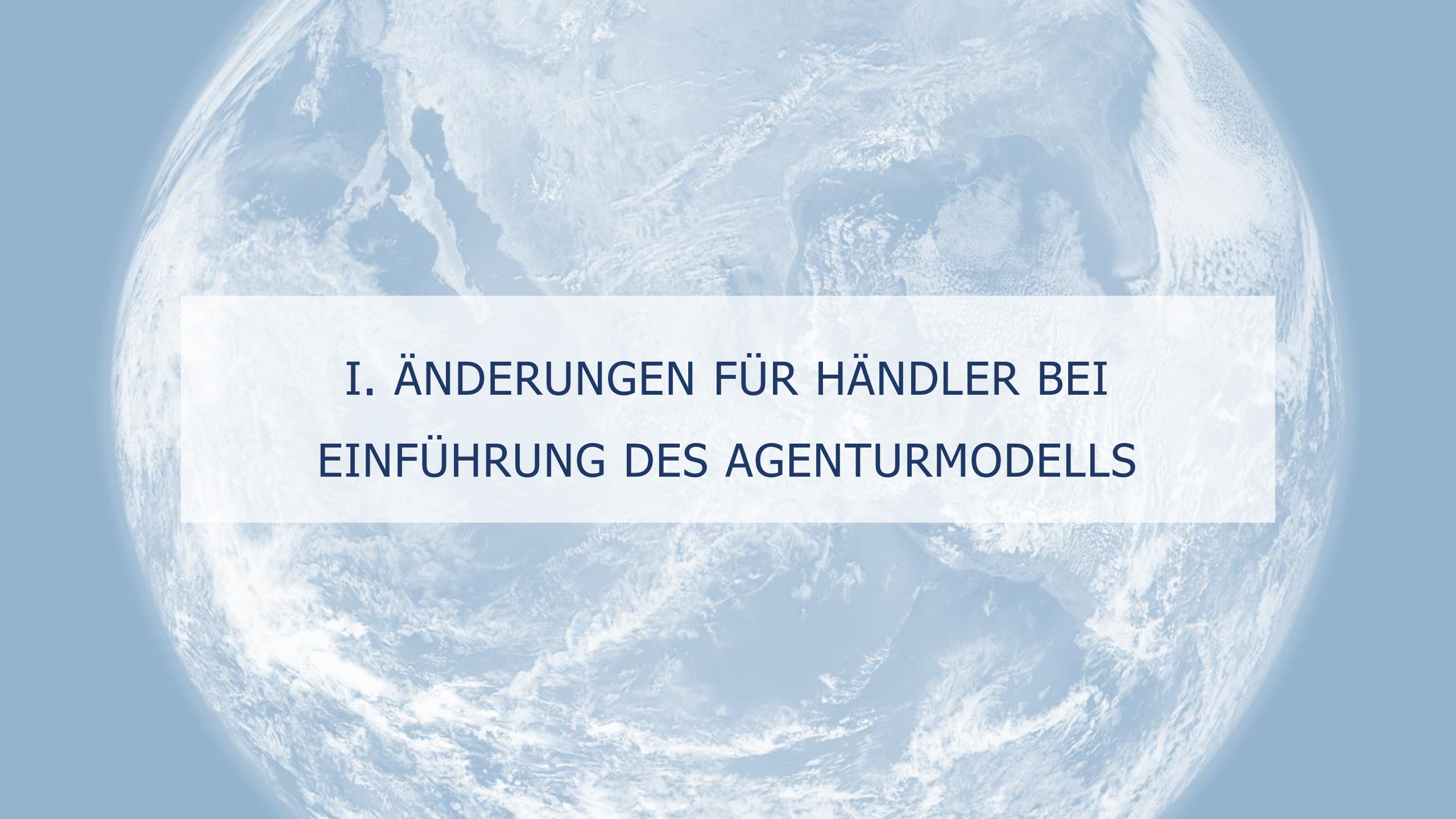
Praxisfragen aus der Perspektive des Handels

Markus Wyssling
AGON PARTNERS LEGAL AG



AGENDA

- 
- I.** Änderungen für Händler bei Einführung Agenturmodell
 - II.** Risiken aus Händlersicht beim Systemwechsel
 - III.** Zivilverfahren
 - IV.** Mögliche Folgen der Digitalisierung



I. ÄNDERUNGEN FÜR HÄNDLER BEI EINFÜHRUNG DES AGENTURMODELLS

1. Agenturmodell - Rechtsgrundlagen

▶ EU

- ▶ Der Agent gilt als verlängerter Arm des Hersteller
- ▶ Kartellrecht (101 I AUEV) ist mit Bezug auf die Vertragsbeziehung grundsätzlich nicht anwendbar
- ▶ Vertikal-GVO und Leitlinien über vertikale Beschränkungen (ABl. 2022 C 248, 1 ff., Rz 30 ff)

▶ Schweiz

- ▶ Vert-Bek, KFZ-Bek und Erläuterungen beziehen sich auf EU-Regelungen; keine klaren Aussagen zu Agenturmodell
 - ▶ Keine gefestigte Praxis der Wettbewerbsbehörden
 - ▶ Analoge Anwendung EU-Rechts
- ▶ Das Agenturmodell erfasst den After-Sales-Bereich und das Gebrauchtfahrzeuggeschäft **nicht**, Kartellrecht in diesem Bereich weiterhin volle Geltung

2. Pflichten des Herstellers gemäss Leitlinien zur Vertikal GVO (1)

- ▶ Agent handelt in fremdem Namen auf fremde Rechnung, d.h.
 - ▶ Der Hersteller verkauft Produkt via Agenten direkt an Automobilisten
 - ▶ Der Agent ist Vermittler nicht Verkäufer, er erwirbt i.d.R. kein Eigentum an vermittelten Waren
 - ▶ Der Kaufvertrag kommt zwischen dem Autokäufer und dem Hersteller zustande
- ▶ Agent trägt nur noch unbedeutende finanzielle und wirtschaftliche Risiken

2. Pflichten des Herstellers gemäss Leitlinien zur Vertikal GVO (2)

- ▶ Hersteller trägt im Agenturmodell typischerweise die folgenden Kosten und Risiken:
 - ▶ Inkasso- und Delkredererisiko
 - ▶ Agent trägt nur Risiko des Provisionsausfalls
 - ▶ Ausnahme: Verschuldetes Unterlassen von Sicherheitsmassnahmen und Diebstahlsicherung
 - ▶ Lieferkosten
 - ▶ Beförderungsdienstleistungen kann der Agent ausführen
 - ▶ Die Kosten für die Beförderungsdienstleistungen des Agenten muss der Hersteller bezahlen
 - ▶ Haftung für Verluste und Schäden bei Lieferung und Erbringen der Dienstleistung
 - ▶ Haftung des Agenten nur bei Verschulden

2. Pflichten des Herstellers gemäss Leitlinien zur Vertikal GVO (3)

- ▶ Hersteller trägt im Agenturmodell typischerweise die folgenden Kosten und Risiken:
 - ▶ Kosten und Risiken der Lagerbestände der Vertragswaren liegen beim Hersteller
 - ▶ Agent kann unverkaufte Waren unentgeltlich an Hersteller zurückschieben
 - ▶ Ausnahme: Versäumen zumutbarer Sicherheitsmassnahmen und Diebstahlsicherungen (trägt Agent)
 - ▶ Werbe- und Verkaufsförderungsmassnahmen für Vertragswaren und -dienstleistungen
 - ▶ Falls sich der Agent an solchen Massnahmen beteiligt, müssen die Kosten ihm vom Hersteller zurückbezahlt werden.
 - ▶ Marktspezifische Investitionen in Ausrüstungen, Räumlichkeiten, Mitarbeiterschulung
 - ▶ Andere Risiken (Übergabetätigkeit, Auslieferungsinspektion, etc.)

3. Preissetzung

Jetziges Wiederverkaufsmodell	Agenturmodell
Hersteller macht UVP	Hersteller gibt Preise vor
Händler setzt selbständig einen Preis	Keine Preisfestsetzung durch Händler



II. RISIKEN AUS HÄNDLERSICHT BEIM SYSTEMWECHSEL

Risiken

- ▶ Nicht amortisierte Investitionen
 - ▶ Neu- oder Ausbau Showroom
 - ▶ Neuausgebildete Fachkräfte
- ▶ Abwälzung von Kosten und Risiken auf Händler trotz Systemwechsel
- ▶ Mögliche Konsequenzen der Konzentration des Verkaufs
 - ▶ Vereinheitlichung
 - ▶ Preissetzungshoheit liegt beim Hersteller
 - ▶ Intrabrandwettbewerb nimmt wohl ab
 - ▶ Handelsmarge wandert allenfalls zum Hersteller
- ▶ Rechtlich: Nur auf das echte Agenturmodell findet Kartellrecht z.T. keine Anwendung



III. ZIVILKLAGEN

1. Zivilklagen – Ausgangslage

- ▶ Basis
 - ▶ Missbrauch einer (relativ) marktmächtigen Stellung
- ▶ Art. 7 Abs. 2 KG (vgl. Art. 12 Abs. 2 KG)
 - ▶ lit. a Verweigerung von Geschäftsbeziehungen (z.B. die Liefer- oder Bezugssperre)
 - ▶ lit. b Diskriminierung von Handelspartnern bei Preisen oder sonstigen Geschäftsbedingungen
 - ▶ lit. c Erzwingung unangemessener Preise oder sonstiger unangemessener Geschäftsbedingungen
- ▶ Art. 12 Abs. 1 KG
 - ▶ lit. a Beseitigung oder Unterlassung der Behinderung
 - ▶ lit. b Schadenersatz oder Genugtung gemäss OR

2. Zivilklagen – Auswahl Praktischer Problemstellungen

- ▶ Beweisschwierigkeiten (z.B. Schaden, kein Zugang zu Behördenakten)
 - ▶ Beweiserleichterungen (Beweisgrad)?
 - ▶ Gesetzliche Vermutungen?
- ▶ Fehlende Praxis zu relative Marktmacht
- ▶ Zuständigkeit Handelsgerichte, Obergerichte, Kantonsgerichte
- ▶ Keine Erfahrung mit KG-Fällen
- ▶ Hohe Verfahrens- und Parteikosten
- ▶ Superprovisorische und provisorische Massnahmen
- ▶ Art. 15 Abs. 1 KG häufig nicht angewandt
- ▶ Einvernehmliche Regelungen – Keine Urteile



IV. MÖGLICHE FOLGEN DER DIGITALISIERUNG

- ▶ Autonome Fahrzeuge
 - ▶ Erhöhte Nachfrage nach technischem Know-how für Service und Wartung autonomer Fahrzeuge
 - ▶ Notwendigkeit neuer Dienstleistungen wie z.B. Softwareupdates
 - ▶ Partnerschaften mit IT-Firmen zur Entwicklung neuer Dienstleistungen
- ▶ Onlinevertrieb und Omnichannel-Umgebung:
 - ▶ Onlineverkäufe
 - ▶ Digitale Vertriebssysteme
 - ▶ Nutzung digitaler Tools zur effektiven Kundenberatung und Fahrzeugkonfiguration
- ▶ Elektrifizierung & Mobilitätsdienste
 - ▶ z.B. Carsharing
 - ▶ Flexible und kosteneffiziente Mobilitätslösungen
 - ▶ Nachfrage nach umweltfreundlichen Fahrzeuglösungen

The background of the slide features a dense network of tree branches, likely from a deciduous tree, with small leaves visible. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter. A white rectangular box is centered horizontally and vertically, containing the text.

DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

KONTAKT



RA Dr. iur. Markus Wyssling

Managing Partner

AGON PARTNERS LEGAL AG

markus.wyssling@agon-partners.ch

+41 79 504 43 72