

Hauptgeschäftsstelle

Schwanthalerstr. 110

80339 München

Telefon: 0 89 / 5 40 56 -0

Telefax: 0 89 / 5 02 64 93

e-Mail: info@bds-bayern.de

Internet: <http://www.bds-bayern.de>

Liberalisierung des Autohandels

Grundlagen – Ergebnisse einer Trendumfrage – Schlußfolgerungen - Positionen

des

**Bundes der Selbständigen
Deutscher Gewerbeverband
Landesverband Bayern e.V.**

1. Das Marktsegment

Nach Angaben des BMWi ist die Automobilindustrie einer der größten Arbeitgeber in Deutschland (2001: 767.000 Beschäftigte) mit einem Umsatz von 202 Mrd. € im Vorjahr. (60% davon im Ausland). Rechnet man die vor- bzw. nachgelagerte Wertschöpfungskette und die damit verbundenen Arbeitnehmer hinzu, dann hängt jeder siebte Arbeitsplatz (un-) mittelbar vom Automobil ab.

Der VDA hat des weiteren errechnet, daß 2001 jede vierte Steuermark (insgesamt 120 Mrd. €) vom Automobil stammt.

2. Die rechtlichen Grundlagen des Vertriebs und Wettbewerbs

Die für die Bundesrepublik (und heutigen EU-Mitgliedsstaaten) gültigen Wettbewerbsregeln sind allgemein in Titel VI, Kapitel 1, Abschnitt 1, Artikel 81 ff des EG-Vertrages festgeschrieben.

Der wichtigste Grundsatz ist Artikel 81, Absatz 1 definiert:

"Mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten sind alle Vereinbarungen zwischen Unternehmen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen, welche den Handel zwischen Mitgliedsstaaten zu beeinträchtigen geeignet sind und eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken oder bewirken,"

Artikel 83, Absatz 1 regelt die Umsetzung des oben genannten Grundsatzes in Form von " ... zweckdienlichen Verordnungen oder Richtlinien zur Verwirklichung ..." durch den " ... Rat mit qualifizierter Mehrheit auf Vorschlag der Kommission und nach Anhörung des Europäischen Parlaments ...". Damit einher geht, daß mittels Verordnungen bestimmte Vereinbarungen vom grundsätzlichen Verbot des Artikels 81, Absatz 1 freigestellt werden können. Die Initiative geht demnach von der Kommission aus – dem Parlament steht dabei lediglich ein Anhörungsrecht zu.

Im Falle des Automobilmarktes existieren Vereinbarungen zwischen Unternehmen, d.h. zwischen den Herstellern und den Händlern. Quintessenz ist, daß der Vertrieb von Automobilen hin zum Endverbraucher sowie die damit verbundenen Service- und Reparaturleistungen ausschließlich über "selektive Händlernetze" erfolgt. Die rechtliche Grundlage für diese Vereinbarungen stellt die EG-Verordnung Nr. 1475/95 "Vertrieb von Kraftfahrzeugen" dar – veröffentlicht im Amtsblatt der Gemeinschaft L 145 vom 29. Juni 1995. Diese Verordnung ist bis zum 30. September 2002 (d.h. nach Ablauf von sieben Jahren) gültig. Folgt bis zu diesem Zeitpunkt keine neue Verordnung, dann unterliegt der Marktsektor den allgemeinen Wettbewerbsregeln für Vertriebsvereinbarungen (Gruppenfreistellungs-Verordnung der Kommission Nr. 2790/99).

3. Die Inhalte der EG-Verordnung Nr. 1475/95

Ziel der Verordnung ist es,

- den Wettbewerb im Kfz-Sektor anzuregen
- die Funktionsweise des Binnenmarktes für Kfz zu verbessern
- klein und mittelständischen Händlern gegenüber den Herstellern ein größere geschäftliche Unabhängigkeit zu garantieren
- unabhängigen Ersatzteilherstellern und Vertriebshändlern einen Zugang zu den verschiedenen Märkten (Vertragshändlern) zu öffnen
- die Stellung der Verbraucher zu verbessern
- klare Vorgaben für Vereinbarungen und Verhaltensweisen zu schaffen.

Hierzu einige Auszüge aus den Erläuterungen der Kommission, von dieser gekleidet in Form eines rechtlich nicht verbindlichen Leitfadens:

- Gebrauchtfahrzeuge sind nicht Gegenstand der Verordnung
- bestimmte Klauseln der "Schwarzen Liste" regeln, was nicht in Vereinbarungen und Verhaltensweisen enthalten sein darf (ansonsten droht der Entzug der Vorteile)
- Hersteller müssen, sofern sie die Vorteile der Gruppenfreistellungsverordnung in Anspruch nehmen möchten, ihren Händlern unter Auflagen (räumlich getrennte Verkaufslokale, getrennte Geschäftsführung und Rechtspersönlichkeit, Ausschluß von Verwechslung) den Verkauf konkurrierender Marken gestatten
- die Verordnung gestattet ausdrücklich den "Mehrmarkenvertrieb"
- Fahrzeuge unterschiedlicher Marken dürfen vom Händler in derselben Werkstatt repariert werden
- Händler dürfen unter Zustimmung des Herstellers "Unterhändler" benennen
- Hersteller dürfen ihre Händler nicht zur Zusammenarbeit mit bestimmten Versicherungsgesellschaften und Kreditinstituten zwingen
- Verkaufsziele und Lagermengen können nur durch eine Vereinbarung zwischen Hersteller und Händler festgelegt werden
- Händler dürfen Neufahrzeuge an andere Händler verkaufen bzw. von diesen beziehen
- Vereinbarungen zwischen Hersteller und Händler haben eine Mindestlaufzeit von fünf Jahren mit sechsmonatiger Kündigungsfrist (Ausnahme vorgesehen)
- bei Meinungsverschiedenheiten (z.B. Verkaufsziele) soll ein sachverständiger Dritter eingeschaltet werden
- Direktverkäufe und Kundendienst kann ausgeschlossen werden

- der Hersteller kann den Händler verpflichten, Ersatzteile vom ihm zu verwenden (bei Garantieleistungen)
- Hersteller müssen auch nicht dem Vertriebsnetz angeschlossenen Reparaturunternehmen die nötigen technischen Informationen für Instandsetzung und –haltung zur Verfügung stellen (mit Ausnahmeregelungen, z.B. Gegenstand geistiger Eigentumsrechte)
- Verbraucher können Fahrzeuge frei in der EU kaufen (jedoch: keine Verkaufsverpflichtung für den Händler)
- regelmäßige Kundendienste und Garaniearbeiten kann der Verbraucher bei jedem beliebigen Unternehmen im entsprechenden Vertriebsnetz durchführen lassen
- Händler dürfen auch außerhalb ihres Vertragsgebietes Werbung machen (nicht personalisiert)
- Leasing ist grundsätzlich möglich.

4. Die Inhalte der neuen Verordnung

Die EG-Verordnung 1475/95 läuft zum 30.09.2002 aus. Daraus leitet sich unmittelbar die Diskussion um eine Folgeverordnung der Kommission ab, die einen entsprechenden Entwurf auf der Grundlage einer Bestandsaufnahme und eines Konsultationsprozesses bereits vorgelegt hat.

Wesentliche Zielsetzungen der neuen Verordnung sind:

- mehr Möglichkeiten für den Verbraucher, die vorhandenen Preisunterschiede zu nutzen
- Stärkung des Händlerwettbewerbs (Verlust der Vertriebsgebiete mit Übergangsfrist)
- mögliche Trennung von Handel und Dienstleistung (Reparatur)
- mehr Unabhängigkeit der Händler.

Dies soll umgesetzt werden durch:

- Entscheidungsfreiheit für die Hersteller zwischen Alleinvertriebssystem (ein Händlergebiet oder ein bestimmtes Vertriebssystem) oder selektiven Vertriebssystem (Kombination qualitativer und quantitativer Auswahlkriterien)
- tatsächliche Wahlmöglichkeit der Händler, mehrere Märkten zu vertreiben (Voraussetzung: markenspezifischer Ausstellungsbereich)
- "Vermittler" von Käufen im Ausland müssen künftig ausschließlich die Vollmacht des Verbrauchers vorlegen
- der Kfz-Verkauf über Supermärkte ist grundsätzlich möglich
- Hersteller müssen Internet-Betreibern auch künftig keinen uneingeschränkten Zugang zum Vertriebsnetz einräumen
- Händler können nicht mehr verpflichtet werden, Kundendienstleistungen selbst zu erbringen (Weitergabe an zugelassene Werkstätten künftig möglich).

Die neue Verordnung soll am 17. Juli 2002 von der Kommission verabschiedet werden und am 01. Oktober 2002 in Kraft treten.

5. Die aktuelle politische Diskussion

Sowohl der Zentralverband des Deutschen Kraftfahrzeuggewerbes als auch die IG Metall haben sich massiv gegen die Inhalte der neuen Verordnung gewandt (z.B. Unterschriftenaktion im September 2001). Die Bundesregierung hat diese Kritik aufgegriffen. Im wesentlichen wird moniert, daß:

- sich das vorhandene System bewährt hat
- dieses eine hohe Qualität gewährleistet
- der Verbraucherschutz dadurch gesichert ist
- Arbeitsplätze erhalten werden.

6. Die Ergebnisse der Trendumfrage

Der Bund der Selbständigen / Deutscher Gewerbeverband (BDS/DGV), Landesverband Bayern e.V. hat rund 22.000 Mitglieder aus allen Branchen der Wirtschaft. Die Mitgliederstruktur ist durch KMU (durchschnittliche Mitarbeiterzahl: 18) und Selbständige geprägt.

6a. Angaben zur Umfrage

Rund 1.200 Mitgliedsunternehmen sind im Automobilsektor (in der Regel als Händler) tätig. Anfang Juli 2002 wurden davon bayernweit rund 500 Mitgliedsunternehmen mittels eines standardisierten Fragebogens per Fax befragt. Die Rücklaufquote lag bei rund 17% - im Kontext zu vergleichbaren Umfragen ein durchaus guter Wert.

6b. Angaben zu den befragten Unternehmen

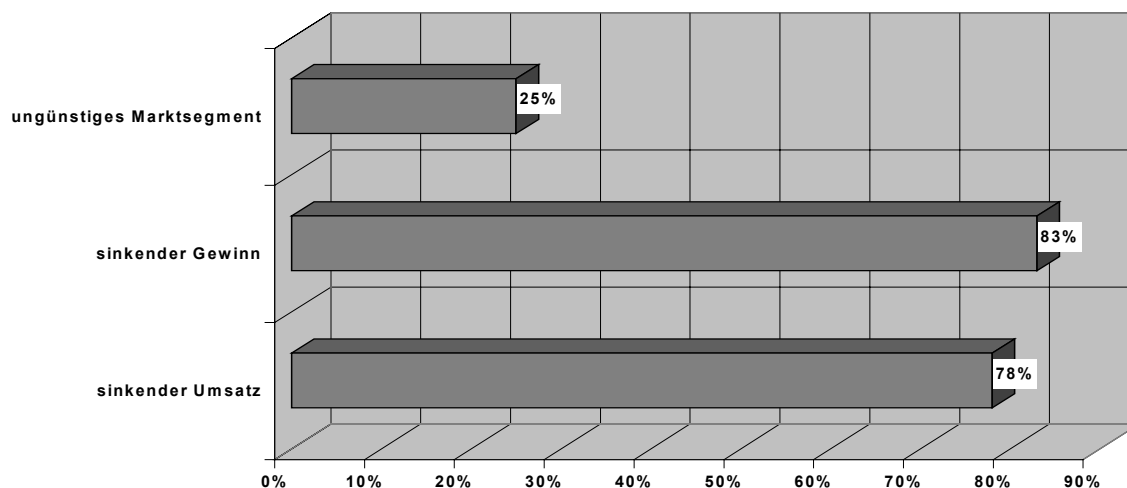
Die befragten Händler waren zu 72% in Vertriebssysteme der Hersteller eingebunden. Der Rest, 28%, waren freie Händler und Werkstätten. Im Durchschnitt beschäftigten sie knapp 18 Mitarbeiter/innen (entspricht fast exakt dem Gesamtwert im Landesverband) und zwei Lehrlinge. 41% der Befragten hatten die Rechtsform eines Einzelunternehmens, 35% die einer Kapitalgesellschaft und 22% waren Personengesellschaften.

Im folgenden werden nun die Antworten auf die fünf Fragen im Detail dargestellt.

6c. Angaben zur wirtschaftlichen Entwicklung der befragten Unternehmen

29% der Händler gaben an, daß sie die wirtschaftliche Entwicklung ihres Unternehmens als positiv einschätzen – 71% stellten ein negatives Zeugnis aus. Vergleicht man diese Angaben mit den Ergebnissen einer DIHK-Konjunkturumfrage für den Frühsommer 2002, so ist festzustellen, daß die Erwartungen der Befragten deutlich schlechter sind als die des gesamten Industrie-, Bau-, Handels- und Dienstleistungssektors (dort: 23% besser, 41% gleich und 36% schlechter).

In der Umfrage wurde des weiteren abgefragt, auf welche Gründe sich das Urteil der Befragten stützt. Dabei ergab sich folgendes Ergebnis (Mehrfachnennungen erlaubt), bei negativen Erwartungen. Im Vergleich dazu wurden folgende Gründe von des optimistisch eingestellten Händlern genannt: 63% günstiges Marktsegment, 42% steigender Umsatz und 38% steigender Gewinn.



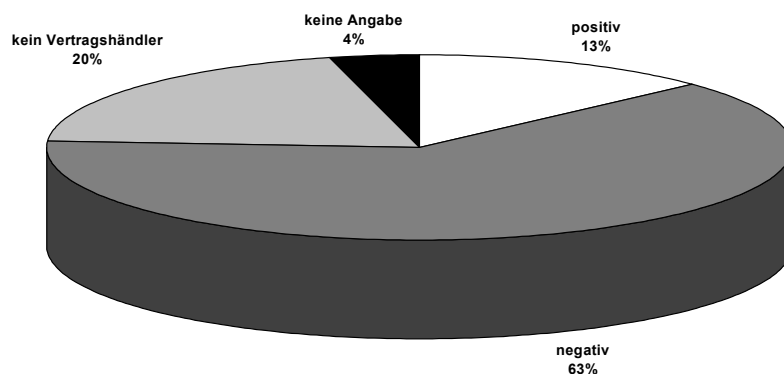
Die Antworten zeigen: Beurteilt ein Händler die wirtschaftliche Entwicklung seines Unternehmens positiv, dann liegt dies häufig an dem Marktsegment, in dem er sich befindet. Weitaus seltener beruht sein Urteil auf steigendem Umsatz und / oder Gewinn.

Sinkender Umsatz und / oder Gewinn ist dagegen für die mit einer negativen Prognose häufig der Hauptgrund. Das Marktsegment spielt in diesem Kontext eine eher untergeordnete Rolle (25%).

Insgesamt fällt auf, daß eine Schere zwischen Umsatzerwartung auf der einen Seite und Gewinnerwartung auf der anderen (5% bei negativen Erwartungen und 4% bei positiven Erwartungen) aufgeht, d.h. die Gewinnmargen der Händler haben sich generell verringert. Dies wird auch durch die Antworten auf die Frage "sonstige Gründe" bestätigt, wo einige Händler sinkende Margen genannt haben.

6d. Angaben zur Entwicklung des Vertragsverhältnisses mit dem Hersteller

Als zweites wurde gefragt, wie die Händler die Entwicklung ihres Vertragsverhältnisses zum Hersteller einschätzen. Dabei ergab sich folgendes Ergebnis:



Nimmt man aus dieser Betrachtung die Nicht-Vertragshändler heraus, dann ist das Ergebnis noch deutlicher: 79% der Vertragshändler sind der Ansicht, daß sich ihr Vertragsverhältnis zum Hersteller zum Negativen entwickelt hat.

Bei dieser Frage wurde ebenfalls wieder nach den Gründen gefragt. Das Ergebnis: 67% der unzufriedenen Händler führen ihr Urteil auf schlechtere Konditionen zurück, gefolgt von 56% (steigende Auflagen) bis hin zu 25% (Vertragskündigung seitens des Herstellers).

Auch die Gründe, warum ein Händler von einem günstigeren Vertragsverhältnis ausgeht, sind nicht überraschend: 64% wegen Vertragsverlängerung, 45% aufgrund bessere Unterstützung durch den Hersteller und 18% wegen besseren Konditionen.

6e. Angaben zum Informationsstand bezüglich der Inhalte der Gruppenfreistellungsverordnung

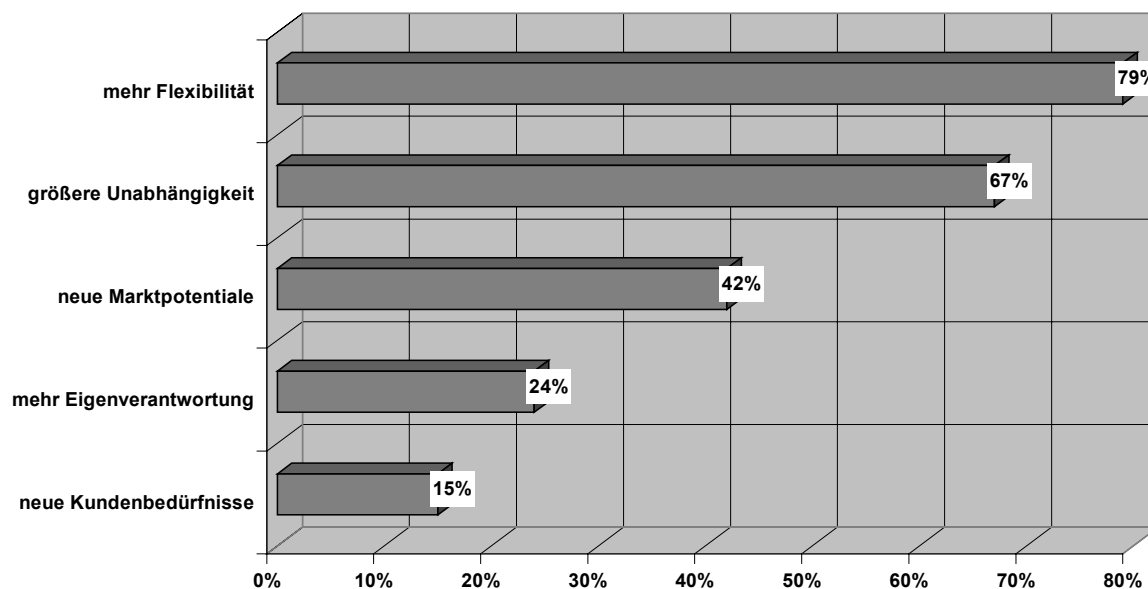
63% gaben an, daß sie über die genauen Inhalte der GVO informiert sind, der Rest (37%) verneinte die Frage.

"Von wem stammen die Informationen?", war die nächste Frage. Dabei ergab sich folgendes Bild: 77% wurden durch ihren (Fach-) Verband informiert, 62% durch die Medien und 8% unmittelbar durch den Hersteller.

6f. Angaben zu den möglichen Auswirkungen einer GVO-Liberalisierung

54% der Händler beurteilen die Auswirkungen eher negativ, 40% positiv. Der Rest vertrat keine Meinung.

Worauf läßt sich dies zurückführen? 71% der kritischen Händler befürchten einen unfairen Wettbewerb, gefolgt von jeweils 56%, die steigende Kosten bzw. Aufwand erwarten. Demgegenüber fallen die Antworten der optimistisch eingestellten Händler wie folgt aus:



7. Die Schlußfolgerungen

7a. Die Stimmung bei den Automobilhändlern und -werkstätten ist schlecht

Über 70% der Befragten gaben dies zu Protokoll. Auch im Vergleich zu anderen Marktsegmenten ein schlechter Wert. Die Gründe: sinkende Umsätze (von Januar bis Mai 2002 ist die Zahl der Neuzulassungen nach Angaben des VDA um 5% gesunken) und Gewinne (die Margen der Händler haben sich aufgrund höherer Einkaufspreise und Kundenrabatte verringert). Hinzu kommen nach Meinung vieler Händler ungünstige Rahmenbedingungen im Marktsegment.

7b. Das Verhältnis zwischen Händler und Hersteller hat sich verschlechtert

Fast 80% der Vertragshändler vertreten diese Meinung. Die Gründe: schlechtere Konditionen für die Händler, steigende Auflagen seitens der Hersteller und nicht selten Kündigung der Verträge durch die Hersteller. Hinzu kommt, daß die Hersteller offensichtlich bewußt ihre Händler im Unklaren über die aktuelle Diskussion lassen, um Ängste zu schüren und deren Abhängigkeitsverhältnis aufrecht zu erhalten. So gaben nur 8% der Befragten an, daß sie über die Inhalte der GVO von ihren Herstellern informiert worden sind – ein angesichts der Bedeutung des Themas erschreckender Wert.

7c. Die Händler sind verunsichert

Mit Argumenten wie "flächendeckender Verkauf von Kfz in Supermärkten" werden die Händler weiter verunsichert und Stimmung gegen eine Liberalisierung gemacht. Trotzdem haben sich immerhin 40% für eine Liberalisierung des Marktes ausgesprochen – ein durchaus beachtlicher Wert.

7d. Die bisherige Verordnung hat ihre Ziele nicht erreicht

Obwohl es bereits 1995 das erklärte Ziel der Kommission war, kleinen oder mittelständischen Händlern gegenüber den Herstellern eine größere geschäftliche Unabhängigkeit zu garantieren, befinden sich viele Händler nach wie vor in einem absoluten Abhängigkeitsverhältnis, das bis tief in alle unternehmerischen Entscheidungen wirkt. Hinzu kommt, daß unabhängigen Ersatzteilherstellern und Vertriebshändlern ein Zugang zu den verschiedenen Märkten (Vertragshändlern) häufig nicht offen steht.

8. Die Forderungen des BDS/DGV

Grundsätzlich spricht nichts gegen eine moderate Liberalisierung des Marktes. Dies belegen die Ergebnisse der Umfrage, wonach das bisherige System gerade für die Händler eine ganze Reihe von Nachteilen mit sich bringt. Problematisch ist dabei besonders das enorme Abhängigkeitsverhältnis der Händler, welches durch die bislang gültige Verordnung gefördert wurde.

Ziel muß es sein, den unternehmerischen Entscheidungsspielraum der Händler zu erweitern. Der Vorschlag der Kommission, dies u.a. durch die echte Zulassung von "Mehrmarkenverkauf" zu erreichen, ist sinnvoll. Zudem wünschenswert ist, die Entscheidung, ob Reparatur- und Serviceleistungen angeboten werden, dem Händler zu überlassen. Gleiches gilt für die Region, in der der Händler tätig werden darf und kann.

Im gleichen Maße wie der Entscheidungsspielraum erweitert wird, wird auch der Wettbewerb zunehmen. Dies kommt dem Verbraucher zu gute, ist also grundsätzlich begrüßenswert. Dabei gilt es allerdings zu beachten, daß der verständlichen Angst nach "unfairem Wettbewerb" Rechnung getragen wird. Demnach muß ausgeschlossen werden, daß sich einige wenige (z.B. Supermärkte, Internet-Anbieter) die Rosinen aus dem Markt picken, während den KMU dann ausschließlich die unrentablen Marktfelder übrig bleiben. Gerade aus arbeitsmarktpolitischen Aspekten muß dies ausgeschlossen werden. Des weiteren kann ein grenzüberschreitender Wettbewerb nur dann nicht zu Lasten der einheimischen Wirtschaft gehen, wenn die steuerliche Belastung der Unternehmen in der EU harmonisiert wird. Preisunterschiede lassen sich zwar nicht nur auf die Steuerlast zurückführen (Stichwort räumliche Preisdiversifikation der Hersteller), doch ist deren Anteil daran nicht zu vernachlässigen. Hierzu sei ausdrücklich betont: es geht nicht darum, Schutzwälle aufzubauen, sondern darum, die "Waffen" gerecht zu verteilen, damit jeder, gemäß seiner Fähigkeiten, diese gewinnbringend einsetzen kann.

Grundvoraussetzung für jede wie auch immer geartete Entscheidung ist allerdings, daß das enorme Informationsgefälle beseitigt wird. Händler stehen dabei nicht selten auf der Verliererseite, da sie keinen Einblick in die rechtlichen Details haben und ihre Ansprüche und Rechte nicht durchsetzen können. Einschüchterungsversuchen ist daher Tür und Tor geöffnet.

Abschließend sei noch erwähnt, daß die Machtverhältnisse grundsätzlich neu geregelt werden müssen. Dies kann zumindest in einem nicht unerheblichen Maße dadurch erreicht werden, daß den Händlern mehr Entscheidungskompetenzen eingeräumt werden. Zudem sollte geprüft werden, ob nicht im Rahmen einer bestimmten Übergangsfrist eine Clearing-Stelle geschaffen werden sollte, die bei Streitfällen als Vermittler fungiert. Wichtig hierbei: mit einem "zahnlosen Löwen" ist niemandem geholfen.

Die Informationsquellen

Für die Erstellung dieses Positionspapiers wurde folgende Quellen verwendet:

- Homepage des Bundeswirtschaftsministeriums für Wirtschaft und Technologie (www.bmwi.de)
- Homepage des Statistischen Bundesamtes (www.destatis.de)
- Homepage der Europäischen Union (<http://europa.eu.int>)
- Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft (in der durch den Vertrag von Amsterdam geänderten Fassung)
- Leitfaden zur Verordnung (EG) Nr. 1475/95 der Kommission vom 28. Juni 1995 über die Anwendung von Artikel 85, Absatz 3 des Vertrages auf Gruppen von Vertriebs- und Kundendienstvereinbarungen über Kraftfahrzeuge
- Entwurf der Verordnung der Kommission (EG) Nr. .../.. vom (...) über die Anwendung von Artikel 81, Absatz 3 des Vertrages auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen im Kraftfahrzeugsektor (vom 06.05.2002)
- Presseinformation IP/02/196 der Europäischen Kommission vom 05.02.2002
- Mitteilung MEMO/0218 der Europäischen Kommission vom 05.02.2002
- DIHK-Konjunkturumfrage Frühsommer 2002
- Homepage Verband der Automobilindustrie www.vda.de
- Pressemitteilung des Bundeswirtschaftsministeriums für Wirtschaft und Technologie vom 05.09.2001
- eigene Daten

München, den 16. Juli 2002



Dr. Fritz Wickenhäuser
Präsident



Markus Droth
Hauptgeschäftsführer



Thomas Schörg
Wissenschaftlicher Mitarbeiter