

Wettbewerbssituation im Schweizer Automobilgewerbe

Gutachten der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW), School of Management and Law
Präsentation der Ergebnisse: Prof. Dr. Peter Münch (peter.muench@zhaw.ch)



Building Competence. Crossing Borders.

Wettbewerbssituation im Schweizer Automobilgewerbe

Rechtliche und ökonomische Analyse

- anknüpfend an den Meinungsstand in der rechts- und wirtschaftswissenschaftlichen Literatur
- aufbauend auf bestehenden empirischen Studien
- sich stützend auf die Auswertung einer breit angelegten Umfrage bei den Unternehmungen der Branche

Gutachter:

*Prof. Dr. iur. **Peter Münch**, Rechtsanwalt, Leiter des Instituts für Wirtschaftsrecht*

*Dr. rer. pol. **Christian Müller**, Dozent für Volkswirtschaftslehre*

*Dr. iur. **Patrick Krauskopf**, LL.M. (Harvard), Rechtsanwalt, Dozent für Wettbewerbsrecht*

Ziele und Rahmen der Begutachtung

Was wurde analysiert?

- der **juristische Regelungsgehalt** der Kfz-Bekanntmachung
- die **ökonomischen Wirkungen** der Kfz-Bekanntmachung
- die **Veränderungen der Rechtslage und der Wettbewerbssituation** in *zwei Szenarien*:
 - *Szenario 1*: Wegfall der Kfz-Bekanntmachung
 - *Szenario 2*: Wegfall von Art. 5 Abs. 4 KG und Vertikal-Bekanntmachung



Empirische Untersuchung

Erhobene und ausgewertete Daten:

- Befragung von 4698 Unternehmungen, die im Fahrzeughandel und -service tätig sind
- Rücklauf: 1565 Fragebögen (Rücklaufquote 33.3%)
- Sprachregionen annähernd mit ihren Anteilen an der Bevölkerung vertreten (deutsch 76.9%, französisch 18.8%, italienisch 4.3%)

Fazit: Aussagen der Stichprobe relevant für die Branche.



Wettbewerbsrelevante Wirkungen der Kfz-Bekanntmachung

Vergleich zwischen 2002 und 2008:

- **Konkurrenzdruck:** spürbare Zunahme sowohl des Intra-brand-Wettbewerbs als auch des Inter-brand-Wettbewerbs
- **Mehrmarkenvertrieb:** deutliche Zunahme der Anteils der Mehrmarkenhändler (Anstieg um 46 %)
- **Neuwagenverkauf:** Bremsung des Preisauftriebs, Angleichung an das EU-Preisniveau
- **After-Sales:** deutliche Tendenz zum Betriebsmodell „Freier Garagist“ (Zunahme des Anteils unabhängiger Werkstätten von 23% auf 30%)

Konkurrenzdruck der Mitbewerber (I)

Umsatzentwicklung im Neufahrzeugverkauf (Vergleich 2002 – 2008):

Stark verringert	verringert	erhöht	Stark erhöht
15.3%	36.8%	38.8%	9.2%

Wahrgenommener Konkurrenzdruck im Neufahrzeugverkauf (Vergleich 2002 – 2008):

	Stark verringert	verringert	erhöht	Stark erhöht
Konkurrenzdruck gleiche Marke	1.2%	15.5%	63.4%	19.8%
Konkurrenzdruck anderer Marken	0.7%	8.6%	63.2%	27.5%

Konkurrenzdruck der Mitbewerber (II)

Wahrgenommener Konkurrenzdruck im After-Sales-Bereich
(Vergleich 2002 – 2008):

	Stark verringert	Verringert	Erhöht	Stark erhöht
Konkurrenzdruck gleiche Marke	0.7%	22.6%	68.9%	7.8%
Konkurrenzdruck anderer Marken	0.9%	16.6%	71.3%	11.5%

Fazit: Wahrnehmung eines deutlich gestiegenen Konkurrenzdrucks (hinsichtlich Intra- und Interbrand-Wettbewerb)

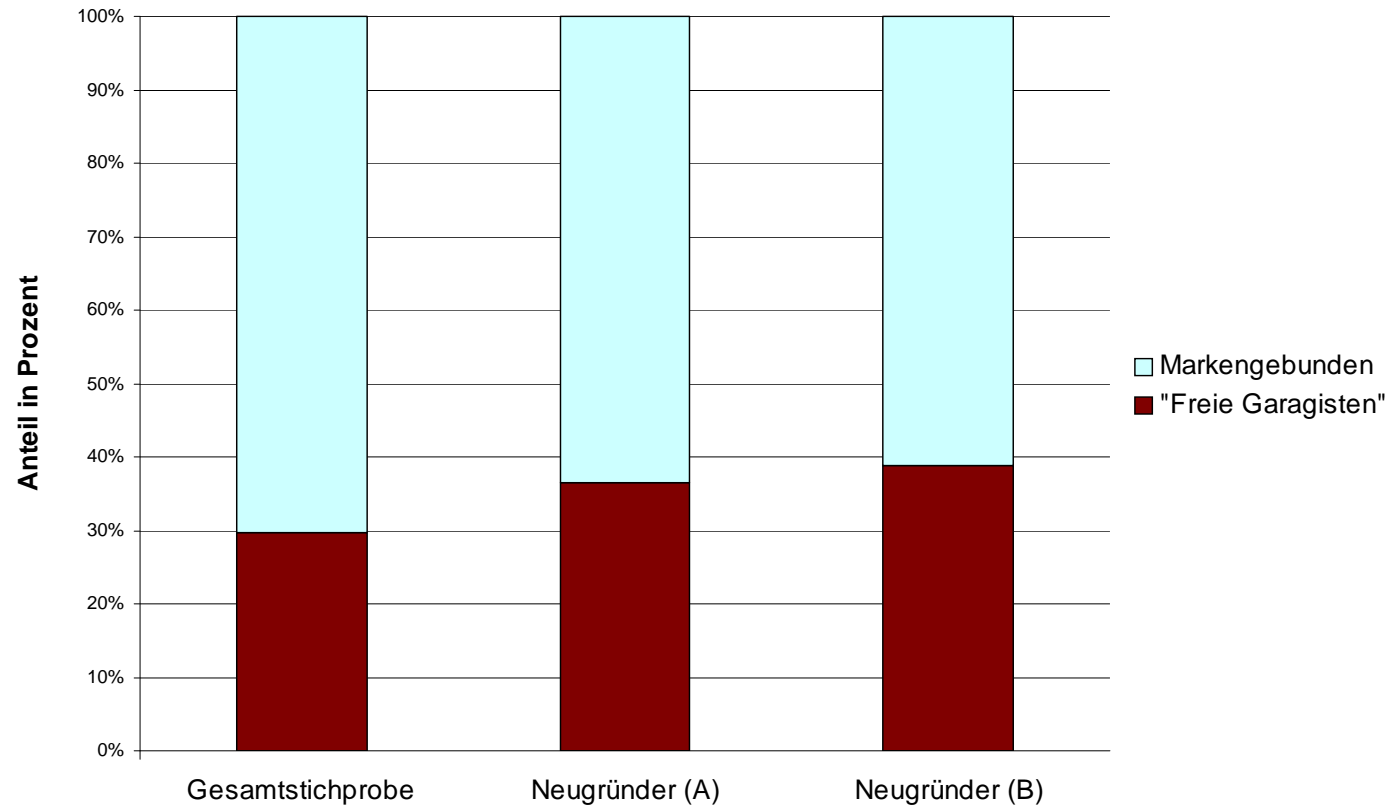
Service: Betriebsformen (I)

Betriebsmodelle im After-Sales-Bereich (Vergleich 2002 – 2008):

	2002	2008
Einmarkenservice (n=1565)	46%	35%
Mehrmarkenservice (n=1565)	48%	58%
Freier Garagist ohne angeschlossenen Systemanbieter (n=1565)	18%	21%
Freier Garagist mit angeschlossenen Systemanbieter (n=1565)	5%	9%

Fazit: Abnahme der Markenabhängigkeit / Tendenz zum Betriebsmodell „Freier Garagist“

Service: Betriebsformen (II)



Neugründer (A): Unternehmen mit Gründungsjahr 2004 oder später (N=63);
Neugründer (B): Unternehmen mit mind. einer Filiale 2008 und keiner 2002 (N=49)

Zwischenergebnis (A)

Die Kfz-Bekanntmachung hat das Ziel:

**Intensivierung des Wettbewerbs im
Automobilgewerbe**

im Wesentlichen erreicht.



Szenario 1: Aufhebung der Kfz-Bekanntmachung (I)

Ausgestaltung der Vertriebssysteme

- **Veränderte Rechtslage:** Elemente von exklusivem und selektivem Vertrieb können wieder kombiniert werden, wobei Vertriebssysteme nur bei einem Marktanteil von über 30% (den derzeit kein Hersteller erreicht) der Kontrolle durch die Weko unterliegen.
- **Zu erwartende Wirkung:** Es ist damit zu rechnen, dass exklusive Gebietszuweisungen mit der Folge von Marktab-schottungen zunehmen, ohne dass die Weko einschreiten kann.



Szenario 1: Aufhebung der Kfz-Bekanntmachung (II)

Neufahrzeugverkauf und Service

- **Veränderte Rechtslage:** Die rechtlich garantierte Freiheit des Garagisten, sich entweder einzig auf den Neuwagenvertrieb oder einzig auf den Service zu konzentrieren, entfällt.
- **Zu erwartende Wirkung:** Es ist damit zu rechnen, dass sich in der Vertragspraxis die Verpflichtung zur Verknüpfung von Neufahrzeugverkauf und Service verbreitet, so dass reine Serviceanbieter am Markteintritt gehindert bzw. vom Markt verdrängt werden, was wiederum den Wettbewerbsdruck auf Vollserviceanbieter abnehmen lässt.



Szenario 1: Aufhebung der Kfz-Bekanntmachung (III)

Kein Kündigungsschutz mehr

- **Veränderte Rechtslage:** Die garantierte ordentliche Kündigungsfrist von mindestens zwei Jahren entfällt, es bestehen keine Mindestkündigungsfristen mehr.
- **Zu erwartende Wirkung:** Es ist damit zu rechnen, dass die Vertragspraxis zu kürzeren Kündigungsfristen übergehen wird, was ökonomische Planung und Kreditbeschaffung der Unternehmen erschweren und zu Marktaustritten führen dürfte.



Szenario 1: Aufhebung der Kfz-Bekanntmachung (IV)

Ein- und Mehrmarkenvertrieb

- **Veränderte Rechtslage:** Mehrmarkenvertrieb kann vertraglich für eine Dauer von bis zu fünf Jahren untersagt werden.
- **Zu erwartende Wirkung:** Es ist damit zu rechnen, dass von der Möglichkeit, Mehrmarkenvertrieb vertraglich zu unterbinden, Gebrauch gemacht wird und Unternehmen mit Mehrmarkenvertrieb infolgedessen seltener werden.



Szenario 1: Aufhebung der Kfz-Bekanntmachung (V)

Filialen

- **Veränderte Rechtslage:** Die rechtlich garantierte Freiheit, ohne Zustimmung des Herstellers/Importeurs weitere Verkaufsstellen zu errichten (Niederlassungsklausel, location clause), fällt dahin.
- **Zu erwartende Wirkung:** Es ist damit zu rechnen, dass die freie Errichtung weiterer Verkaufsstellen in der Vertragspraxis unterbunden wird, was den unternehmerischen Handlungsspielraum der Vertriebspartner einschränkt und geeignet ist, zu einer Schwächung des Wettbewerbs zu führen.



Szenario 1: Aufhebung der Kfz-Bekanntmachung (VI)

Zugang zu technischen Informationen

- **Veränderte Rechtslage:** Der rechtlich garantierte Zugang zu technischen Informationen fällt weg; ob und wieweit eine Umsetzung der Euro 5/6-Verordnung in der Schweiz diese Lücke schliesst, ist derzeit ungewiss.
- **Zu erwartende Wirkung:** Ohne Zugang zu technischen Informationen könnten freie Werkstätten kaum mehr existieren.



Zwischenergebnis (B)

Die Aufhebung der Kfz-Bekanntmachung (Szenario 1):

- führt zu einer **wesentlichen Veränderung der rechtlichen Rahmenbedingungen des Wettbewerbs** und
- hat **erhebliche ökonomische Auswirkungen**,
- aus denen sich eine **Schwächung des Wettbewerbs** ergibt.



Szenario 2: Aufhebung von Art. 5 Abs. 4 KG und Vertikal-Bekanntmachung (I)

Vertriebssysteme

- **Veränderte Rechtslage:** Hersteller können selektive Vertriebssysteme mit beliebigen Selektionskriterien einführen, ohne dass eine diskriminierungsfreie Selektion gewährleistet wäre.
- **Zu erwartende Wirkung:** Es ist damit zu rechnen, dass Hersteller von der Möglichkeit, ihre Händler frei auszuwählen und deren Marktauftritt umfassend zu kontrollieren, Gebrauch machen, was die unternehmerische Freiheit und den Wettbewerb im Automobilgewerbe spürbar einschränken dürfte.



Szenario 2: Aufhebung von Art. 5 Abs. 4 KG und Vertikal-Bekanntmachung (II)

Passivverkaufsverbote

- **Veränderte Rechtslage:** Vertragliche Passivverkaufsverbote sind wieder zulässig.
- **Zu erwartende Wirkung:** Es ist damit zu rechnen, dass Händlern vertraglich verboten wird, ausserhalb ihres Gebietes Bestellungen anzunehmen, was u.a. zur Folge hat, dass einer Preisdiskriminierung von Schweizer Konsumenten gegenüber dem Ausland nicht mehr durch Parallelimporte entgegen-gewirkt wird.



Szenario 2: Aufhebung von Art. 5 Abs. 4 KG und Vertikal-Bekanntmachung (III)

Wettbewerbsverbote

- **Veränderte Rechtslage:** Es wird zulässig, den Mehrmarkenvertrieb durch umfassende und zeitlich unbegrenzte vertragliche Wettbewerbsverbote auszuschliessen.
- **Zu erwartende Wirkung:** Es ist damit zu rechnen, dass Hersteller in der Vertragspraxis umfassende und zeitlich unbegrenzte Wettbewerbsverbote durchsetzen, dass infolgedessen die Zahl der Mehrmarkenhändler merklich abnimmt und dass der durch den Mehrmarkenvertrieb geförderte Inter- und Intra-brand-Wettbewerb wesentlich geschwächt werden.



Szenario 2: Aufhebung von Art. 5 Abs. 4 KG und Vertikal-Bekanntmachung (IV)

Preisbindung zweiter Hand

- **Veränderte Rechtslage:** Das Verbot der Vereinbarung von Mindest- und Festpreisen entfällt.
- **Zu erwartende Wirkung:** Es ist damit zu rechnen, dass Hersteller – wie in den 90er Jahren – ihren Vertriebspartnern die Wiederverkaufspreise vorschreiben, was zu Preissteigerungen auf dem Schweizer Markt führen dürfte.

Zwischenergebnis (C)

Die Aufhebung von KG 5 IV/Vertikal-BM (Szenario 1):

- führt zu einer **zusätzlichen Veränderung der rechtlichen Rahmenbedingungen des Wettbewerbs** und
- hat **weiter reichende ökonomische Auswirkungen**,
- aus denen sich eine **zusätzliche Schwächung des Wettbewerbs** ergibt.



Schlussfolgerungen und Ausblick

Zusammenfassend kann

- **erstens** festgestellt werden:

Das Ziel, den Wettbewerb im Schweizer Automobilgewerbe zu intensivieren, scheint die Kfz-Bekanntmachung im Wesentlichen erreicht zu haben.

- **zweitens** prognostiziert werden:

Wettbewerbspolitische Kehrtwendungen wären geeignet, das Erreichte in Frage zu stellen.

- **drittens** geschlossen werden:

Vor diesem Hintergrund spricht Vieles dafür, die – die erst vor fünf Jahren eingeführten – wettbewerbsintensivierenden rechtlichen Rahmenbedingungen weiterzuführen.

