

XXX. Atelier de la Concurrence

Marktabgrenzung im Kfz-Gewerbe: Spot- oder Systemmarkt?

Eine rechtlich-empirische Untersuchung



Building Competence. Crossing Borders.

Christian Müller | Sarah Umbricht

christian.müller@agon-partners.ch | sarah.umbricht@agon-partners.ch; 20. März 2019

Agenda

- 1. Ausgangslage**
- 2. Rechtliche Analyse**
- 3. Ökonomische Analyse**
- 4. Umfrage**
- 5. Ergebnisse der Umfrage**
- 6. Fazit**

Ausgangslage

Bedeutung der Marktabgrenzung

«Offener Punkt» in der Prüfung eines Marktmachtmissbrauchs von Herstellern/Importeuren.



Ausgangslage

Zusammenhang Marktabgrenzung & Marktbeherrschung

Je grösser der Markt ist, desto weniger Macht hat ein Importeur.

Was gilt?



Rechtliche Analyse

Begriff

Der sachliche Markt umfasst alle Waren oder Leistungen, die von der Marktgegenseite hinsichtlich ihrer Eigenschaften und ihres vorgesehenen Verwendungszwecks als substituierbar angesehen werden (Art. 11 Abs. 3 lit. a VKU).

Bedeutung

- Bedarfsmarktkonzept: funktionale Austauschbarkeit.
- Austauschbare Produkte gehören zu einem sachlichen Markt.

Rechtliche Analyse

Rechtliche Grundlagen

Branchenspezifische Regelungen (CH & EU): Indizien überwiegend zugunsten separater Märkte für Sales, After-Sales und Ersatzteile.

Behördenpraxis

Wettbewerbsbehörden (CH & EU): Annahme (markenspezifischer) separate Märkte für Sales, After-Sales und Ersatzteile.

Rechtliche Analyse

Gerichtspraxis

Rechtsprechung: Kein Entscheid des BGer, uneinheitliche kantonale Urteile ohne empirische Grundlage

Folge: aktuell mangelhafte Rechtsdurchsetzung

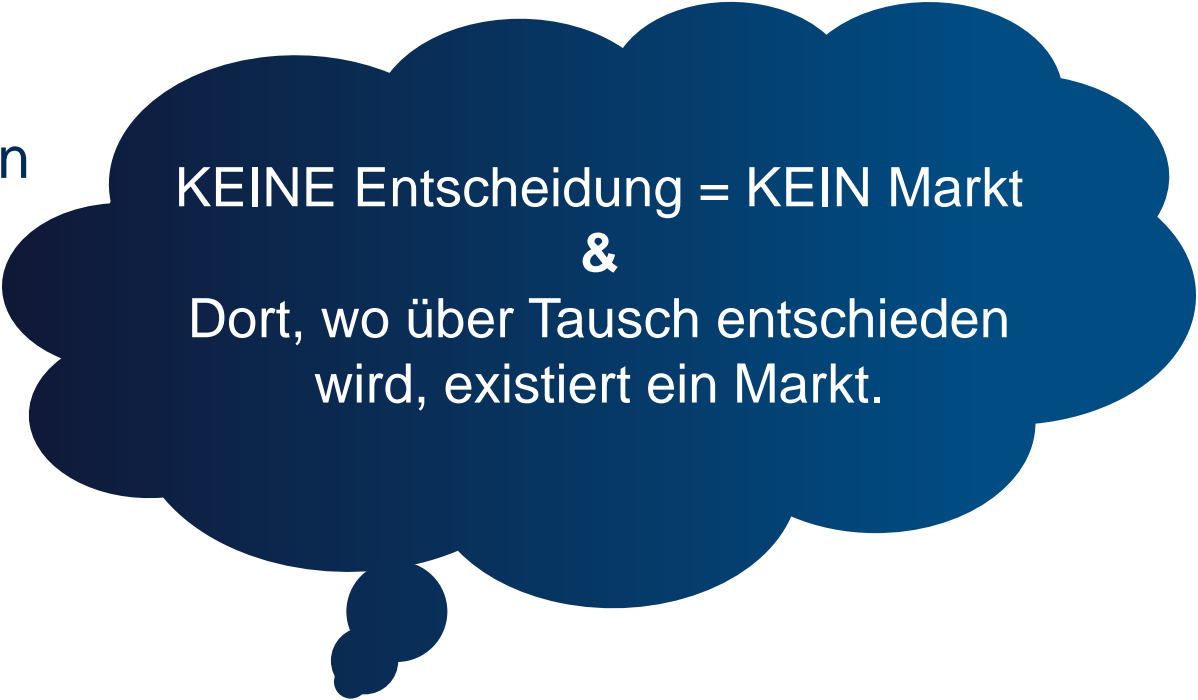
Ergebnis: uneinheitliche rechtliche Lage

Händler können ihre kartellrechtlichen Ansprüche vor dem Zivilgericht nicht durchsetzen

Ökonomische Analyse

Der Markt – ökonomisch

- Produkt inkl. sehr nahen Substituten
- Konsumenten und Produzenten entscheiden
- über Tausch
- Tauschentscheidungen realisieren
Tauschgewinne



KEINE Entscheidung = KEIN Markt
&
Dort, wo über Tausch entschieden
wird, existiert ein Markt.

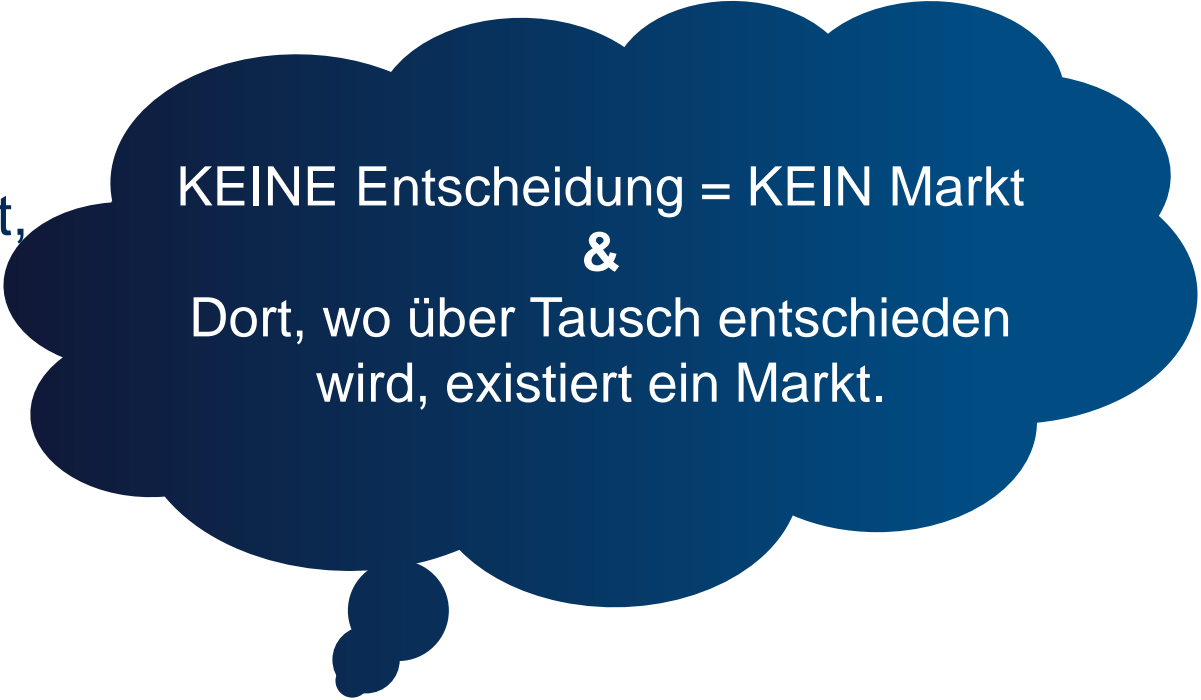
Ökonomische Analyse

Empirie I

- Es existieren After-Sales-Märkte (Reparatur, Ersatzteile, Kraftstoffe)
- Falls Systemmarkt, wären diese After-Sales Märkte *redundant*

Konklusion I:

- Systemmärkte scheinbar ineffizient, darum Spotmärkte



KEINE Entscheidung = KEIN Markt
&
Dort, wo über Tausch entschieden
wird, existiert ein Markt.

Umfrage

Empirie II Gibt es eigenständige Spotmärkte?

Garagisten

- Adressaten: Verbände AGVS, VFAS (Total 3779),
- Rücklauf: 649 (17%)
- Gewichtung: vollzeitäquivalente Beschäftigung Bundesamt für Statistik (BfS), 2016

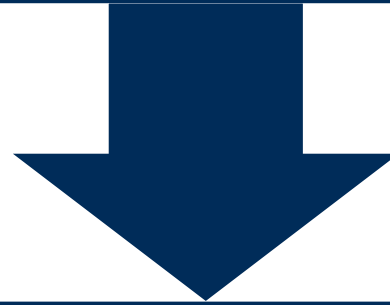
Konsumenten

- Umfrage via LINK Institut,
- ca. 400 Antworten
- Gewichtung: Geschlecht, Region (Deutschschweiz, Westschweiz, Tessin), Einkommen, Alter, Erwerbstätigkeit

Umfrage

Zentrale Frage

Deuten die Entscheidungsmuster von Konsumenten auf einen «Systemmarkt» oder «Spotmarkt» (separate Märkte «Sales», «After-Sales» und «Ersatzteile») hin?

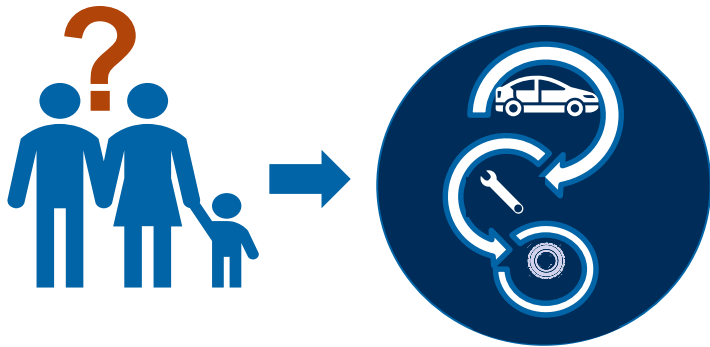


Modell

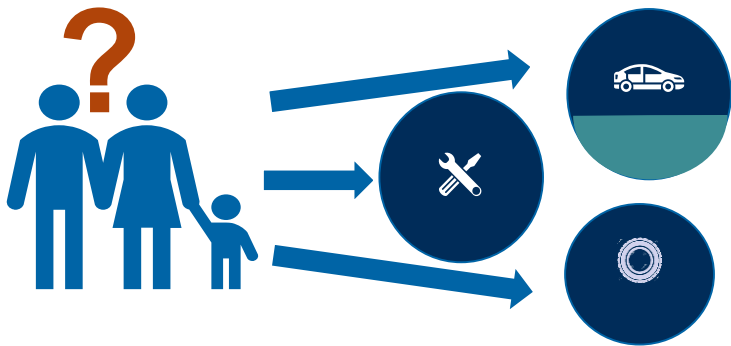
Falls Konsumenten bzgl. Angeboten im Kfz-Gewerbe ihre Auswahlkriterien unterschiedlich gewichten, liegt ein **Spotmarkt** vor.

Umfrage

Der Markt – Ort der Entscheidung



Systemmarkt = Konsumenten gewichten Kriterien *weitgehend identisch*.



Spotmarkt (separate Märkte) = Konsumenten gewichten Kriterien *statistisch hinreichend unterschiedlich*.

Ergebnisse der Umfrage

Empirische Fragen

1. Sind die Konsumentenentscheidungen hinreichend verschieden (= kein Systemmarkt)
oder
weitgehend identisch (=Systemmarkt) bezüglich derselben Leistung?

2. Welche Faktoren beeinflussen die Wahl eines Garagisten?
Sind die Faktoren bei der Wahl des Garagisten für i) Garantieleistungen und
ii) Nicht-Garantieleistungen:



gleich → Systemmarkt



ungleich → separate Märkte

Ergebnisse der Umfrage - Garagisten

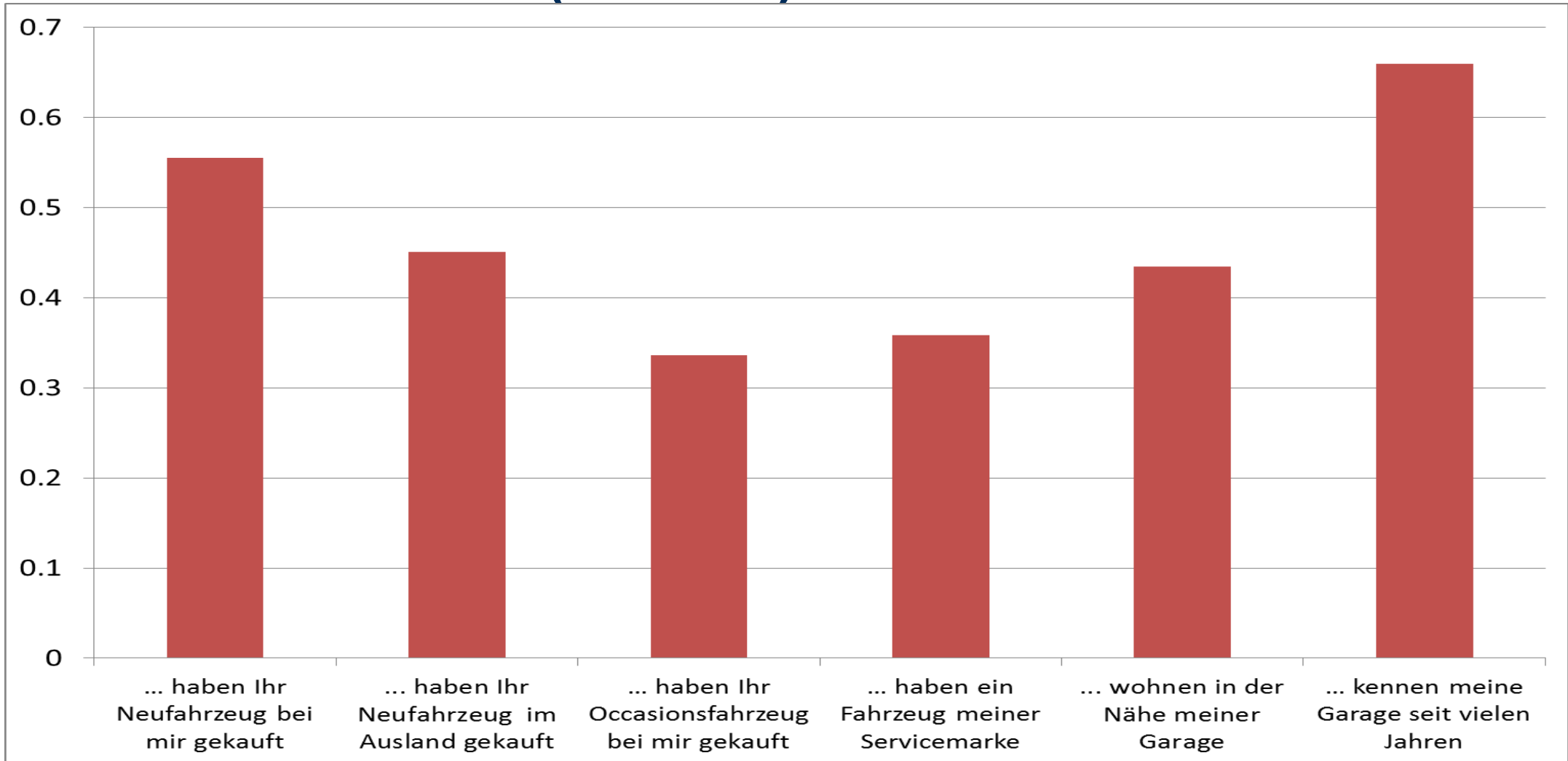
Kern-Aussagen, welche Systemmarkt widerlegen und folglich für einen Spotmarkt (Sales, After-Sales und Ersatzteile) sprechen:

1. Vergleich der Kriterien der Konsumenten bei der Wahl des Garagisten aus Sicht der Garagisten.

2. Vergleich der Kriterien der Konsumenten bei der Wahl des Garagisten aus Sicht der Konsumenten.

Ergebnisse der Umfrage – Garagisten

Entscheidungsmuster Garagistenwahl (individuell): Summe der absoluten Differenzen (in %-Pkt.)



Ergebnisse der Umfrage – Garagisten

Entscheidungsmuster Garagistenwahl (individuell): Summe der absoluten Differenzen (in %-Pkt.)

Tabelle 1: Ergebnisse des Wilcoxon-Rangtest der Antworten der Garagisten zu den Entscheidungsdimensionen der Garagistenwahl – Garantearbeiten versus Nicht-Garantearbeiten

	Entscheidungsdimension					
	... haben Ihr Neufahrzeug bei mir gekauft - ... haben Ihr Neufahrzeug bei mir gekauft	... haben Ihr Neufahrzeug im Ausland gekauft - ... haben Ihr Neufahrzeug im Ausland gekauft	... haben Ihr Occasionsfahrzeug bei mir gekauft - ... haben Ihr Occasionsfahrzeug bei mir gekauft	... haben ein Fahrzeug meiner Servicemarke - ... haben ein Fahrzeug meiner Servicemarke	... wohnen in der Nähe meiner Garage - ... wohnen in der Nähe meiner Garage	... kennen meine Garage seit vielen Jahren - ... kennen meine Garage seit vielen Jahren
Z-Statistik	4.732	3.124	4.031	5.857	4.513	2.918
p-Wert	.000	.002	.000	.000	.000	.004

Angabe des p-Wertes für den 2-seitigen Test. Nur positive Ränge.

Ergebnisse der Umfrage – Garagisten

Garantieleistungen sowie Reparatur- und Wartungsleistungen betreffen unterschiedliche Märkte, da andere Entscheidungsmuster bezüglich derselben Leistung bestehen.



Ergebnisse der Umfrage - Konsumenten

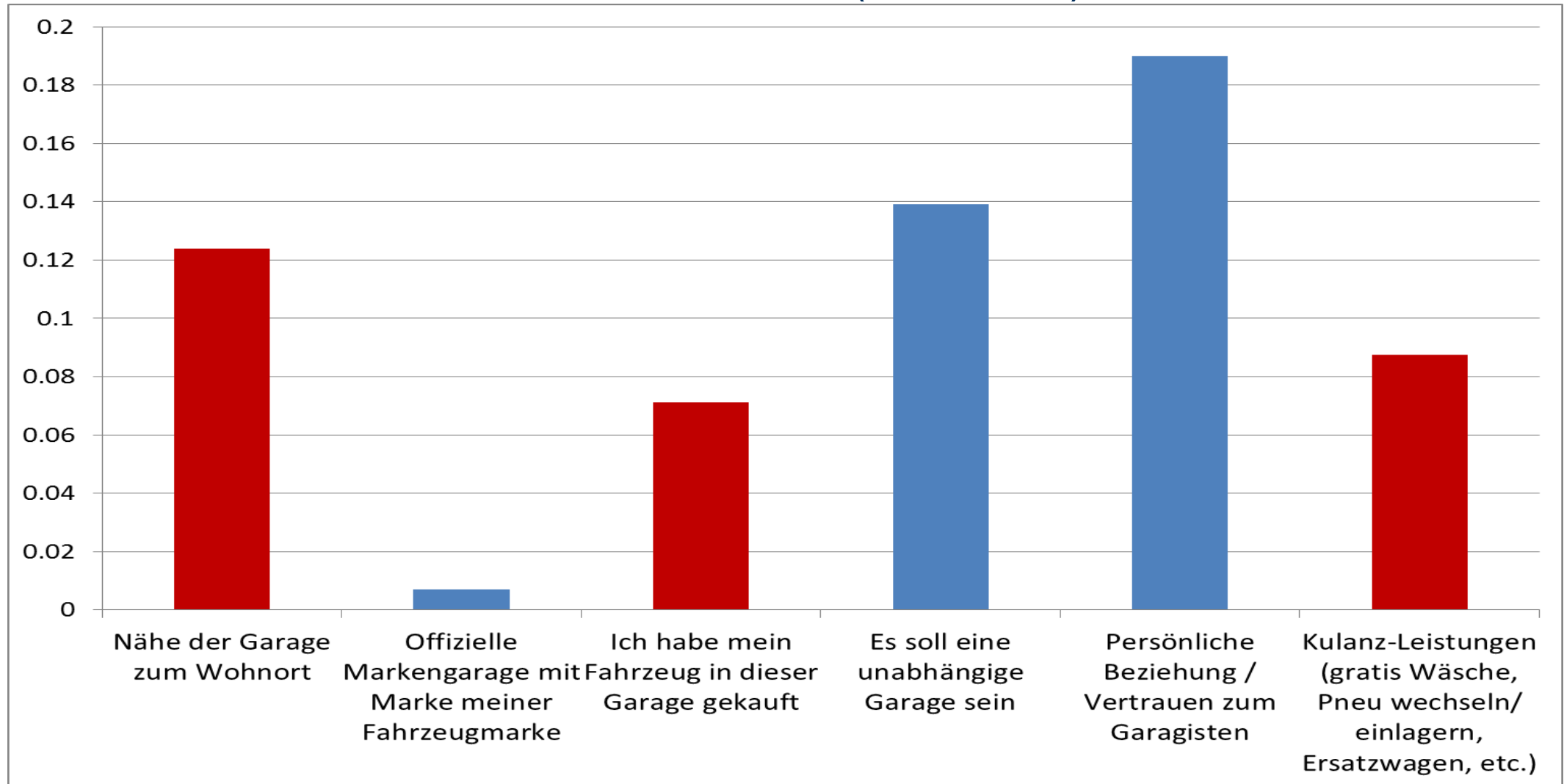
Kern-Aussagen, welche Systemmarkt widerlegen und folglich für einen Spotmarkt (Sales, After-Sales und Ersatzteile) sprechen:

1. Vergleich von Entscheidungskriterien bei Garantieleistungen vs. Nicht-Garantieleistungen.

2. Vergleich der Kriterien der Konsumenten bei der Wahl des Garagisten bei Garantieleistungen vs. Nicht-Garantieleistungen.

Ergebnisse der Umfrage – Konsumenten

Vergleich Entscheidungsmuster (individuell):
Summe der absoluten Differenzen (in %-Pkt.)



Ergebnisse der Umfrage – Konsumenten

Vergleich Entscheidungsmuster (individuell): Summe der absoluten Differenzen (in %-Pkt.)

Tabelle 2: Ergebnisse des Wilcoxon-Rangtest der Antworten der Konsumenten zu den Entscheidungsdimensionen der Garagistenwahl – Garantiarbeiten versus Nicht-Garantiarbeiten

	Entscheidungsdimension					
	Nähe der Garage zum Wohnort	Offizielle Markengarage mit Marke meiner Fahrzeugmarke	Ich habe mein Fahrzeug in dieser Garage gekauft	Es soll eine unabhängige Garage sein	Persönliche Beziehung / Vertrauen zum Garagisten	Kulanz-Leistungen (gratis Wäsche, Pneu wechseln/ einlagern, Ersatzwagen, etc.)
Z-Statistik	-2.751 ^b	-1.171 ^b	-1.899 ^b	-.513 ^b	-1.484 ^c	-2.773 ^b
p-Wert	0.006	0.241	0.070	0.608	0.138	0.006

Angabe des p-Wertes für den 2-seitigen Test. Positive Ränge mit Ausnahme Dimension «persönliche Beziehung zum Garagisten».

Ergebnisse der Umfrage – Konsumenten

Analyseergebnis:

Es gibt in 3 von 6 Fällen signifikante Unterschiede bei der Wahl des Garagisten (Garantie- vs. Nicht-Garantieleistungen):



Nähe zum Wohnort



Service beim Verkäufer



Kulanzleistungen

**Ergebnis - Konsumenten:
Konsumenten-Umfrage verwirft
Systemmarkt.**



Fazit

1. Klare Indizien für separate Märkte:

Konsumenten differenzieren zwischen identischen «After-Sales»-Services.

2. Einheitlicher «Systemmarkt» ist eine Fiktion:

Das Verhalten der Akteure deutet auf separate Märkte hin.

3. Plausibel:

Markenmarkt z.T. als alternative Marktabgrenzung