

## KFZ-GVO 2002/1400 verbesserte die Wettbewerbssituation für unsere Kunden in Österreich

Sehr geehrter Dr.Cesarini, sehr geehrter Herr Dr. Simon

anlässlich der Vorstellung der Evaluierung der KFZ-GVO durch Herrn Dr. Cesarini am 3.Juni in Brüssel hatte ich als Obmann des KFZ Handels die Gelegenheit, in einer Wortmeldung auf:

- .- die Dringlichkeit der **Erhaltung des Mehrmarken-Vertriebes aus einem Schauraum** und
- .- die Erhaltung der in **Art.3 aufgelisteten Mindestvertragsanforderungen für den Erhalt des Mehrmarken-vertriebes**, wie: 2 jährige Kündigungsfrist, qualitative Begründung der Kündigung, Recht auf Veräußerung des markenorientiert errichteten Betriebes innerhalb des Vertriebsnetzes und Schiedsklausel hinzuweisen.

Nachdem die von Ihnen eingeräumte Konsultationsfrist zur **Evaluierung mit Ende Juli** befristet ist, gestatten Sie mir, dass ich nach zahlreichen Gesprächen mit unseren Mitgliedern die Basis, die Studie von **London Economics** zumindest für Österreich kritisch in Frage stelle. Die bis Mai 2010 gültige KFZ-GVO 1400/2002 brachte für kleinere Märkte mit vielen Vertriebspartnern, wie Österreich große Vorteile für die Konsumenten durch die **Ermöglichung des Mehrmarkenvertriebes aus einem Schauraum** aufgrund der Festschreibung vertragsrelevanter **Mindestklauseln im Art.3 der KFZ-GVO**.

Die KFZ-GVO veränderte durch die „**Niederlassungsfreiheit**“ für jeden im EU Binnenmarkt autorisierten Vertriebspartner, die erzwungene **Freigabe der technischen Daten** an „markenunabhängige“ Werkstätten und die Ermöglichung des **Direktvertriebes der Hersteller** an Großkunden, Leasing- und Mietgesellschaften die Wettbewerbssituation für markenbezogene Vertriebspartner nachhaltig.

Als Reaktion auf die **erzwungene Öffnung des Marktes** reagierten die Hersteller mit der Festschreibung **kostenintensiver Vertragsstandards** für die Innen-/Außengestaltung, die Schulung des Personals, den Umfang an Vorführfahrzeugen ua. durch die **Spaltung der Handelsspanne** in eine quantitative und qualitative Komponente, d.h. zur Erreichung der qualitativen Marge bedarf es der Kostenübernahme des Vertragsnehmers bei der Produktwerbung, der EDV Kosten bei dem vom Hersteller vorgeschriebenen EDV Anbieter u.a.

Diese wirtschaftlichen Auswirkungen des durch die neue KFZ-GVO forcierten Wettbewerbes auf die Ertragskraft der autorisierten Vertriebspartner wurden in der Studie von **London Economics nicht entsprechend evaluiert**, womit die Schlussfolgerungen über die erzielte Wettbewerbssituation nicht stichhaltig sind. Hauptthema der Studie ist der als positiv eingestufte **Preiskampf zwischen Direktvertrieb des Herstellers** (Tageszulassungen, Kurzläufer u.a.) mittels Vermarktung im INTERNET bzw. paneuropäischer Handelsketten, den **markenungebunden Service-Ketten** und den nun mit kostenintensiven **Vertragsstandards finanziell belasteten autorisierten Vertriebspartnern!**

**Initiativen der GD „Unternehmen“** mit Herrn Kommissar Verheugen für **Klein-/Mittelbetriebe in Europa** bzw. die aktuelle EU Initiative „**SMALL BUSINESS ACT**“ blieben sowohl in der Studie wie auch bei der Diskussion mit Herrn Dr. Cesarini, EU Wettbewerbskommission trotz Intervention über CECRA, Herrn Prof.Creutzig unberücksichtigt.

Mit der von der Wettbewerbsbehörde angestrebten **Gleichstellung** der Wertigkeit der **Marken-Unabhängigen Marktteilnehmer** zu den **autorisierten Vertriebspartnern** bleibt den Herstellern aus Wettbewerbsgründen nur die **Wertigkeit des Markenauftrittes** durch weitere **Reduktion** der Anzahl der autorisierten Vertragspartner durch Erhöhung der **Vertragsstandards** und **Schadenssteuerung im Gewährleistungs-/Garantiefall** zugunsten großer Handelsgruppen und zu Lasten der mittelständischen KMU Struktur zu sichern.

Die in der Evaluierung der Wettbewerbskommission angesprochene **Infragestellung** des gemäß KFZ-GVO erst ab 2003 ermöglichten **Mehrmarkenvertriebes aus einem Schauraum** sowie des Art.3., der Mindestvertragsklauseln zur Absicherung der getätigten markenspezifischen Investitionen verschärft somit den wirtschaftlichen Druck auf Klein-/Mittelbetriebe zusehends.

Mit den Repräsentanten der **Landesgremien** des KFZ-Handels brachten wir in einer **Anhörung Anfang April** bereits die absehbaren wirtschaftlichen Konsequenzen eines Kurswechsels von der seit 27 Jahren immer wieder modifizierten KFZ-GVO zu einer allgemeinen, andere „selektive Vertriebssysteme“ GVO vor.

In Österreich entwickelte sich der **Mehrmarkenvertrieb** auf KMU Ebene zum **Nutzen der Konsumenten** erst aufgrund Ihrer Vorgaben in der geltenden KFZ-GVO an die Hersteller!

Die **Infragestellung** dieser für Kunden und für die regionale wirtschaftliche Entwicklung wichtigen **Rechtsgrundlage der KFZ-GVO** stellt die wirtschaftliche Überlebensfähigkeit zahlreicher Betriebe, die im Vertrauen auf den auch in einigen Ländern durch **höchstgerichtliche Entscheidungen** bereits als verankert angesehenen Rechtsanspruch – BGH Entscheidung BMW, OPEL - auf ein **Geschäftsmodell „Mehrmarkenbetrieb“** investiert haben, in Frage.

Wir ersuchen Sie dringend um eine **Sicherung des Mehrmarkenbetriebes aus einem Schauraum** für KMU's und damit um die **Aufrechterhaltung des Art.3. als Mindestvoraussetzung** für eine vertraglich vertretbare Ausweitung des Handelsgeschäftes auf mehrere Marken .

Mit herzlichen Grüßen  
IKomm.-R. Mag.Dr. Gustav Oberwallner, MBA  
Bundesgremialobmann KFZ HANDEL