

## **Stellungnahme**

**zum Evaluierungsbericht der Europäischen Kommission**

**vom 28.5.2008**

**betreffend die Verordnung (EG) Nr. 1400/2002**

Ratingen, den 13. August 2008

1. Vorsitzender: Hartmut Röhl  
1. stellv. Vors.: Bernhard Strauch  
2. stellv. Vors.: Fabian Roberg  
Schatzmeister: Horst Markus

Geschäftsführung:  
Hans Jürgen Wahlen  
Marita Kloster



Der Gesamtverband Autoteile-Handel e.V. (GVA) ist der Branchenverband und die politische Interessenvertretung des freien Kfz-Teile-Großhandels in Deutschland. Darüber hinaus spricht er auch für die rund 2.000 Einzelhändler von Kfz-Ersatzteilen. Im GVA sind derzeit 154 Handelsunternehmen mit über 1.000 Betriebsstellen und 130 Kfz-Teilehersteller organisiert.

Der Gesamtmarkt für Pkw- und Nutzfahrzeug-Teile hat in Deutschland ein Volumen von 22,5 Mrd. Euro. Auf der Reparaturebene verfügt der freie Kfz-Service-Markt über einen Anteil von etwa 35 bis 40 Prozent. Die im GVA organisierten Handelsunternehmen repräsentieren rund 80 Prozent des Umsatzes des freien Kfz-Teile-Großhandels - einer rein mittelständisch strukturierten Branche. Schwerpunkte der Verbandsarbeit sind die Sicherung und der Ausbau des freien Kfz-Service-Marktes als echte Reparaturalternative für den Verbraucher sowie die Wahrung der Chancengleichheit gegenüber der Automobilindustrie im Ersatzteile-Handel.

Kontakt:

Gesamtverband Autoteile-Handel e.V.  
Gothaer Straße 17  
40880 Ratingen

Telefon: +49 (0) 21 02 770 77-0

Telefax: +49 (0)2102 770 77-17

E-Mail: [info@gva.de](mailto:info@gva.de)

Internet: [www.gva.de](http://www.gva.de)

## Inhalt:

Märkte für Service und Ersatzteile.....	2
Entwicklung des Wettbewerbsumfelds für Teilevertrieb im Servicemarkt .....	3
Zugang zu technischen Informationen: Voraussetzung für Wettbewerb auf allen Stufen des Aftermarket .....	4
Zugang zu Teilen: Intra-brand Wettbewerb unter Einschluss des Mehrmarken-Großhandels.....	7
Zugang zu Teilen: Direktvertrieb des Zulieferers an den Aftermarket wird gefördert durch double (dual) branding....	9
Zugang zu Teilen: Ersatzteilvertrieb durch Zulieferer und Tooling Arrangements .....	10
Designschutz .....	12
Zugang zu Teilen: Erwerb von der Vertragswerkstatt .....	13
Einschränkende Garantiebedingungen.....	14
Wettbewerb im Teilehandel durch Wahlfreiheit der Vertragswerkstätten .....	15
Originalersatzteile und qualitativ gleichwertige Ersatzteile .....	16
Finanzierung, Leasing, Miete: Sinnvolle Alternativen um in den Besitz des Fahrzeugs zu gelangen, machen die Kunden bei Wartung und Service zu gefangenen Verbrauchern.....	19
Kaum Besonderheiten bei Nutzfahrzeugen .....	20
Schlussbemerkungen .....	22

## **Stellungnahme zum Evaluierungsbericht der Europäischen Kommission vom 28.5.2008 betreffend die Verordnung (EG) Nr. 1400/2002**

### **Märkte für Service und Ersatzteile**

Die Kommission hat sich verschiedener Datenquellen bedient, um die Entwicklung der Wettbewerbssituation in den relevanten Märkten zu bewerten:

- (1) Fragebogenerhebung bei den Betroffenen,
- (2) Studien, die im Auftrag der EU-Kommission erstellt wurden,
- (3) Externe Quellen (Marktstudien, Berichte usw.).

Einleitend schildert Staff Working Document No. 2 , an welche Gruppen sich die Befragung der EU-Kommission von Mai 2007 richtete. U.a. werden dort die nationalen Verbände der autorisierten Händler und Servicebetriebe erwähnt sowie die Verbände der unabhängigen Servicebetriebe und Teilehändler.<sup>1</sup> In Deutschland werden die Interessen aller Betriebe des Kfz-Handwerks – unabhängig davon, ob sie frei oder gebunden (unabhängig oder autorisiert) sind – durch den Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe (ZDK) vertreten. Zur Verbreitung verschiedener Mehrmarken-Reparaturketten („multibrand repair chains“) weisen wir darauf hin, dass die entsprechende Frage im Fragebogen der EU-Kommission „Case COMP/HT 1021“ von Mai 2007 offensichtlich von den Befragten unterschiedlich verstanden worden ist, bzw. es wurde nicht zwischen Werkstattketten einerseits und Werkstattkonzepten/Werkstattsystemen andererseits unterschieden, sondern die Begriffe wurden synonym verwendet<sup>2</sup>. Der Gesamtverband Autoteile-Handel (GVA) vertritt die Interessen der unabhängigen Servicebetriebe allenfalls indirekt, weil die unabhängigen Servicebetriebe die Haupt-

---

<sup>1</sup> “... the national associations of authorised dealers and repairers as well as associations of independent repairers and parts dealers...”

<sup>2</sup> Wir verstehen unter Werkstattketten Betriebe, die von einer Zentrale geleitet werden, in der alle unternehmerischen Entscheidungen getroffen werden, die dann von jeder Filiale umgesetzt werden. Auf dieser Basis haben wir A.T.U (Autoteile Unger, ca. 600 Filialen in Deutschland) und Pit-Stop Auto Service GmbH (ca. 380 Filialen) als bedeutende Werkstattketten in Deutschland identifiziert. In den letzten fünf Jahren hat sich die Marktpräsenz der Werkstattketten gesteigert. Dabei wachsen ATU und Pitstop vor allem durch die Errichtung neuer Filialen (d.h. zusätzlicher Betriebe).

Hinweis: Neben diesen Werkstattketten gibt es in Deutschland eine Vielzahl von Werkstattsystemen mit full-service-Reparaturangebot. Die Partnerwerkstätten sind selbständige Unternehmen. Wegen der einheitlichen Signalisation werden sie von den Verbrauchern jedoch häufig als Ketten wahrgenommen. Auch autorisierte Servicebetriebe können Teilnehmer derartiger Werkstattkonzepte sein.

Seit etwa 1990 begann in Deutschland der Aufbau freier PKW-Werkstattsysteme. Vor zehn Jahren existierten bereits sieben full-service-Werkstattkonzepte mit 3.347 Betrieben. Von 2000 bis 2006 hat sich die Anzahl der Betriebe nahezu verdoppelt; die Anzahl der full-service-Werkstattkonzepte liegt heute bei 12.

Im NKW-Bereich begann der Aufbau von Werkstattsystemen freier Anbieter erst vor wenigen Jahren. Heute existieren vier NKW-Werkstattkonzepte im freien Servicemarkt.

kundengruppe der unabhängigen Teilehändler bilden, die wiederum zu einem bedeutenden Teil Verbandsmitglieder des GVA sind.

## **Entwicklung des Wettbewerbsumfelds für Teilvertrieb im Servicemarkt**

Der von den Autoren beschriebenen Entwicklungstendenz, dass es im Bereich des Teilehandels zu Konsolidierungen kommt (Seite 36), stimmen wir zu.<sup>3</sup>

Zur Preissituation und –entwicklung von Ersatzteilen teilen wir die auf Seite 38 des Working Document No.2 beschriebene Einschätzung hinsichtlich designgeschützter Ersatzteile. Aber selbstverständlich haben sich auch andere Faktoren auf die Ersatzteilpreise ausgewirkt, wie höhere Rohstoffpreise, höhere Komplexität der Ersatzteile, Ersatz mechanischer durch elektronische Systeme, usw.

Zur Einordnung der Profitabilität der verschiedenen Marktakteure (Staff Working Document No.2, Seite 38f.) sollte ergänzend klargestellt werden, dass die Aftersales-Aktivitäten der Automobilhersteller – also ihre Teilverkäufe im Aftersales Markt – im Hinblick auf deren Profitabilität nicht direkt mit den Teilverkäufen der unabhängigen Teilegroßhändler verglichen werden können: Automobilhersteller kaufen „ihre“ Ersatzteile in großen Stückzahlen und zu speziellen Konditionen (, die möglicherweise auch durch die Erstausrüstungssituation beeinflusst sind) von ihren Zulieferern aus der Teileindustrie. Im freien Teilegroßhandel ordern viele Teilegroßhändler (bzw. inzwischen auch zunehmend die Großhandels-Kooperationen) kleinere Bestellmengen und realisieren daher entsprechend andere Einkaufspreise bei der Teileindustrie. Die Teile-Einkaufspreise zwischen Automobilherstellern und freien Teilegroßhändlern unterscheiden sich demnach deutlich.

Dass dennoch die Vertragshändler bzw. autorisierten Servicebetriebe der Automobilhersteller ein Hochpreis-Image haben, könnte auf entsprechende Handelsspannen der Automobilhersteller hindeuten und würde erklären, warum vier Automobilhersteller angegeben haben, ihre Handelsspannen wären größer als 30 %.

---

<sup>3</sup> Die in Staff Working Document No. 2 auf S. 36 genannte Information (von CLEPA - ???), dass vier EU-weit tätige Teilegroßhändler zusammen einen Umsatz von rund 13,5 Mrd. € erzielen, halten wir aus unserer Kenntnis heraus für unzutreffend. Eher wahrscheinlich ist, dass sich diese Angabe auf den Außenumsatz von vier europaweit tätigen Großhandelskooperationen bezieht – dann allerdings stehen zahlreiche einzelne Handelsunternehmen dahinter. Wir haben CLEPA um Erläuterung dieser Angabe gebeten.

Würde der Teilehandel die Ersatzteile zu gleichen Preisen an die Werkstätten verkaufen wie die Automobilhersteller, wären seine Absatzchancen (zumindest bei autorisierten Betrieben; freie Werkstätten kaufen „gebundene“ Ersatzteile nicht direkt beim Automobilhersteller, sondern bei ihren Vertragskollegen) geringer, da er ohnehin i.d.R. nicht der Erstlieferant der autorisierten Werkstatt ist. Er wird daher der Werkstatt meist einen niedrigeren Preis anbieten als sein Wettbewerber, was sich nachteilig auf seine eigene Profitabilität, aber positiv auf den Wettbewerb auswirkt.

## **Zugang zu technischen Informationen: Voraussetzung für Wettbewerb auf allen Stufen des Aftermarket**

Kapitel 2.3.1 des Staff Working Document No. 2 beschreibt zutreffend das untersuchte Wettbewerbsumfeld. Ein wesentlicher Grund für den starken Rückgang der Anzahl unabhängiger Servicebetriebe ist, dass technische Informationen nicht in adäquater Weise zugänglich sind. Die Autoren des Evaluierungsberichts zweifeln nicht daran, dass dies eine negative Auswirkung auf die Wettbewerbsfähigkeit der freien Werkstätten hat.<sup>4</sup> Die freien Teilegroßhändler stellen ihren Kunden technische Informationen zur Verfügung, soweit sie zugänglich und vermittelbar sind, und zwar in einer Form, die für die Kfz-Mechaniker praktisch nutzbar ist. Jedoch zeigt die Praxis auch hier, dass es Schwierigkeiten gibt, auf das breite Spektrum technischer Informationen zuzugreifen, welches der Teilegroßhandel für die Erfüllung seiner umfassenden Aufgaben benötigt.

In Staff Working Document No. 2 wird auf S. 28 f. unter der Überschrift „Market entries and exits“ als Grund für den zahlenmäßigen Rückgang der (meist kleinen, familiengeführten) Mehrmarken-Servicebetriebe dargelegt, ein Großteil technischer Informationen sei Marken- oder Fahrzeughersteller-spezifisch und erfordere eine spezifische elektronische Diagnose sowie spezielle Reparaturwerkzeuge. Die damit verbundenen Investitionen übersteigen die finanziellen Möglichkeiten dieser Betriebe, so das Staff Working Document. Dieser Nachteil werde durch Beschränkungen des Zugangs zu technischen Informationen noch verschlimmert.

Aus Sicht des GVA kann dieser gegenwärtige Status bestätigt werden; jedoch stellt sich die Frage, ob diese Situation auf Dauer (technisch und ökonomisch) sinnvoll ist. Die Automobilindustrie arbeitet an der Normung der Steuergeräte-Software und der Kommunikationsprotokolle (Stichworte sind z.B. ODX, MVI), um selbst die Kontrolle/den Überblick über die elektronischen Prozesse zu behalten, und um die Zusammenarbeit mit Zulieferern und Entwicklungspartnern wirtschaftlich und technisch zu verbessern. Einheitliche, möglicherweise standardisierte Mehrmarken-Diagnosegeräte, die den Zu-

---

<sup>4</sup> Staff Working Document No.2, Seite 27, letzter Absatz

gang zu Fahrzeughersteller-spezifischen Diagnosedaten ermöglichen, können das Problem für die Reparaturbetriebe lösen, bis die Diagnoseinformationen selbst standardisiert sind.

Damit wäre auch den autorisierten Werkstätten gedient, die hinsichtlich Investitionen und Fortbildung ebenfalls massiv gefordert und an preiswerten Lösungen interessiert sind - zumal sie hinsichtlich der Wartung und Instandsetzung von Fahrzeugen anderer Marken als freie Werkstätten agieren und den Wettbewerb beleben können.

Zugang zu technischen Informationen und Standardisierung technischer Informationen sind für unabhängige Marktbeteiligte überlebenswichtig, und damit Voraussetzung für funktionierenden Wettbewerb. Der Zugang aller direkt oder indirekt mit der Wartung oder Instandsetzung von Kraftfahrzeugen befassten unabhängigen Marktbeteiligten zu technischen Informationen, Werkzeugen und Schulungen sollte in einer künftigen Verordnung verankert werden, ebenso wie die Verpflichtung, die Informationen „in verwendbarer Form“, also zielgruppengerecht, bereitzustellen. So hat ein Reparaturbetrieb andere Anforderungen als ein Hersteller von Mehrmarken-Diagnosegeräten oder ein Teile-Großhändler.

Die Standardisierung der Informationen fordert die EU-Kommission in der Euro 5/6-Verordnung<sup>5</sup>, die in 2009 (für dann neue Fahrzeugtypen) in Kraft tritt, und auf die sich die Automobilhersteller vorzubereiten haben. Die Probleme des Fahrzeug-Altbestandes werden jedoch durch Euro 5/6 nicht gelöst.

Die Verordnung (EG) Nr. 715/2007 wird das Problem des Zugangs zu technischen Informationen möglicherweise eines Tages lösen, jedoch sicherlich nicht ab 2010, da sie für Fahrzeuge (Pkw und leichte Nutzfahrzeuge) gilt, die ab 2009 erstmals ihre Typgenehmigung erhalten. Was geschieht mit den technischen Informationen der – allein in Deutschland – fast 50 Mio. Pkw und Nkw im Fahrzeugbestand? Die Tatsache, dass derzeit eine Datenabfrage jedenfalls für Werkstätten möglich ist, bedeutet keine Sicherheit für die Zukunft. Zum einen sind die entsprechenden Lizenzverträge zeitlich beschränkt (ebenso wie die Verpflichtungszusagen, die den Entscheidungen der Kommission vom 13. September 2007 zugrunde liegen). Zum anderen ist es erforderlich, stets auf aktualisierte Datenbestände zugreifen zu können, da sich die Informationen im Laufe eines Modellzyklus massiv verändern können und immer neue Felderfahrungen hinzukommen.

---

<sup>5</sup> VERORDNUNG (EG) Nr. 715/2007 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES vom 20. Juni 2007 über die Typgenehmigung von Kraftfahrzeugen hinsichtlich der Emissionen von leichten Personenkraftwagen und Nutzfahrzeugen (Euro 5 und Euro 6) und über den Zugang zu Reparatur- und Wartungsinformationen für Fahrzeuge.

Die Tatsache, dass freie Reparaturbetriebe 20 bis 30 % ihres Ersatzteilbedarfs im Vertriebsnetz der Automobilhersteller befriedigen<sup>6</sup>, hängt – zumindest in Deutschland – nicht nur damit zusammen, ob die entsprechenden Teile „captive“ sind<sup>7</sup>, sondern auch mit einem anderen Problem:

Infolge nicht eindeutig identifizierter bzw. mit den verfügbaren Mitteln identifizierbarer Ersatzteile ist der Handel häufig gezwungen, seinen Kunden eine Auswahl von Ersatzteilen zu liefern, aus der dann während der Fahrzeugreparatur das exakte Ersatzteil ausgewählt wird. Nicht benötigte Teile werden zurück genommen. Steigende Teile-Rücknahmequoten verursachen entsprechende Logistikkosten und wirken sich negativ auf die Profitabilität des Handels aus.

Obwohl die unabhängigen Ersatzteil-Großhändler für Teileidentifikation und Bestellung Systeme betreiben, die sehr leistungsfähig sind, fehlen ihnen Daten, die eine eindeutige Bestimmung der verbauten Komponenten im Fahrzeug sicherstellen. Mit der Fahrgestellnummer (VIN – Vehicle Identification Number) verfügen die Automobilhersteller über alle wichtigen Informationen über ein konkretes Fahrzeug bis hin zur Information, welche einzelnen Teile im Fahrzeug verbaut wurden. Der Teilegroßhandel benötigt Zugang zu diesen Informationen. Unabhängige Teilegroßhändler müssen ihren Kunden Ersatzteile und technische Informationen aus einer Hand liefern, um gegenüber den Automobilherstellern wettbewerbsfähig zu sein.<sup>8</sup>

Der Teilegroßhandel benötigt Zugang zu den Informationen der Automobilhersteller, die ihm eine EDV-mäßige Speicherung und Verwaltung dieser Daten in einer Form erlauben, dass Ersatzteile schnell und eindeutig identifiziert und den möglichen Lieferanten zugeordnet werden können.

---

<sup>6</sup> Vgl. Staff Working Document No.2, Seite 37, 2. Absatz.

<sup>7</sup> Auf Designschutz und „tooling arrangements“ wird in separaten Abschnitten eingegangen.

<sup>8</sup> „Wie die Herausgeber von technischen Informationen haben unabhängige Wiederverkäufer von Ersatzteilen Anspruch auf den Zugang zu technischen Informationen für ihre eigenen Zwecke, damit sie ... Ersatzteile effizient und richtig vermarkten können. Ohne diesen Zugang wären sie nicht in der Lage, ihre Kunden – die Werkstätten – darüber zu informieren, welche Ersatzteile für eine bestimmte Arbeit benötigt werden. Wenn solche Informationen am Verkaufsort nicht zur Verfügung stünden, müssten die unabhängigen Werkstätten diese Auskünfte später vom Kraftfahrzeuglieferanten einholen. Dies wäre viel zeitaufwendiger und komplizierter und würde für die unabhängigen Werkstätten einen Wettbewerbsnachteil gegenüber den zugelassenen Werkstätten bedeuten, die Ersatzteile und technische Informationen aus derselben Quelle erhalten. Sollte ein Lieferant unabhängigen Ersatzteihändlern das Recht auf den Weiterverkauf der technischen Informationen verweigern, würde dies einen wirksamen Wettbewerb zwischen unabhängigen und zugelassenen Werkstätten verhindern und eine schwerwiegende mittelbare Wettbewerbsbeschränkung darstellen.“

(Europäische Kommission – Generaldirektion Wettbewerb: Kraftfahrzeugvertrieb und Kundendienst in der Europäischen Union. Verordnung (EG) Nr. 1400/2002 der Kommission vom 31. Juli 2002 über die Anwendung von Artikel 81 Absatz 3 des Vertrags auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen im Kraftfahrzeugsektor. Leitfaden („GVO-Leitfaden“), Seite 75)

Daher begrüßt der GVA, dass die Entscheidungen der Europäischen Kommission vom 13. September 2007 ausdrücklich Bezug nehmen auf Informationen zur Teileidentifikation bzw. den Teilekatalog.

Diese Entscheidungen der Kommission helfen zwar unabhängigen Reparaturbetrieben. Die Bedürfnisse anderer unabhängiger Marktteilnehmer wie z. B. Teilegroßhändler, Hersteller von Diagnosegeräten oder Mehrmarken-Datenbanken, werden in den Entscheidungen jedoch nicht behandelt.

Jegliche neue Regelung sollte - ebenso wie die aktuelle Kfz-GVO - die speziellen Bedürfnisse derjenigen berücksichtigen, die indirekt mit der Reparatur und Wartung von Fahrzeugen befasst sind, etwa weil sie Werkstätten mit Teilen und zugehörigen technischen Informationen versorgen.

## **Zugang zu Teilen: Intra-brand Wettbewerb unter Einschluss des Mehrmarken- Großhandels**

Traditionell herrscht beim Ersatzteilvertrieb ein harter Wettbewerb zwischen dem unabhängigen Teilegroßhandel und den Automobilherstellern: Beide vertreiben Ersatzteile an autorisierte und unabhängige Reparaturbetriebe.

Abschnitt 2.3.2 des Staff Working Document No. 2 bezieht sich vor allem auf den Intra-brand Wettbewerb im Servicebereich. Lediglich eingangs wird erwähnt, dass die meisten Fahrzeughersteller Verträge angeboten haben, die sowohl den Ersatzteilvertrieb als auch den Reparatur-/Servicebereich umfassen.

Uns sind nur wenige Fälle bekannt, in denen ein Automobilhersteller einem unabhängigen Teilegroßhändler einen Ersatzteilvertriebsvertrag angeboten hätte. Umgekehrt sehen auch die Teilegroßhändler Hemmschwellen, mit – bisher ärgsten Wettbewerbern – Vertriebsvereinbarungen zu schließen.

Das Thema wird im Evaluierungsbericht nur kurz angesprochen.<sup>9</sup> Diejenigen unabhängigen Teilegroßhändler, die derartige Vereinbarungen abschließen konnten, haben im Vorfeld erhebliche Hürden überwinden müssen, u.a. haben sie separate Lagerplätze für die Vertragswaren geschaffen, eine

---

<sup>9</sup> Erwähnung auf Seite 35 des Staff Working Document No.2

Mindestlagerfläche nachgewiesen und eine EDV-mäßig getrennte Lagerverwaltung eingerichtet. Selbstverständlich multipliziert sich dieser Aufwand bei Vereinbarungen mit mehreren Fahrzeugherstellern, was sich als Hindernis für den Mehrmarken-Teilevertrieb erweist. Dieser ist aber notwendig, um die postulierte und in der Werbung herausgestellte markenübergreifende Lieferfähigkeit auch praktisch zu beweisen. Teilegroßhändler, die diesen Weg gegangen sind, haben die Chancen für neue Geschäftsfelder und Vertriebsformen genutzt – dies führt zu vielfältigen Vertriebswegen und kurbelt den Wettbewerb an, entspricht also der Zielsetzung des Verordnungsgebers.

Inzwischen gibt es einzelne derartige Teilevertriebsverträge in Deutschland, zum Beispiel mit VW/Audi, FIAT und OPEL. Hingegen verweigert Mercedes-Benz entsprechende Verträge und bietet nur die Autorisierung von Werkstattbetrieben an. Dies steht in Kontrast zur Aussage der Europäischen Kommission in „Häufig gestellte Fragen“, Nr. 16, wonach das Vorhandensein einer Werkstatt kein qualitatives Kriterium im Teilevertrieb sei.

[Unabhängige Teilehändler, welche die entsprechenden Anforderungen erfüllen, sollen einen Anspruch auf Abschluss eines Teilevertriebsvertrags mit einem oder mehreren Automobilhersteller\(n\) haben.](#)

Soweit die Kommission eine Angleichung der im Kfz-Sektor geltenden Regeln an die Vorschriften der Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 anstrebt, sollte nicht nur die im Evaluierungsbericht angesprochene Marktanteilsschwelle von 40% für den Neufahrzeugvertrieb zur Diskussion stehen, sondern auch Art. 3 Abs. 1 S. 3 Kfz-GVO, der qualitativ-selektive Vertriebssysteme von der Anwendbarkeit jeglicher Marktanteilsschwellen ausnimmt.

## Zugang zu Teilen: Direktvertrieb des Zulieferers an den Aftermarket wird gefördert durch double (dual) branding

Der Evaluierungsbericht äußert sich skeptisch (S. 11 der deutschen Fassung) zur Notwendigkeit einer Kernbeschränkung betreffend die Möglichkeit eines Zulieferers zur Anbringung seines eigenen Markenzeichens auf Produkten, die an einen Fahrzeuglieferanten geliefert werden. Begründet wird dies damit, die Werkstatt erhalte die Informationen zur Identifikation eines passenden Ersatzteils auch nach Maßgabe von Art. 4 Abs. 2 Kfz-GVO.

Diese Schlussfolgerung greift unseres Erachtens zu kurz. Zwar sollen unabhängige Marktbeteiligte vom Fahrzeuglieferanten sämtliche Informationen für die Teileidentifikation erhalten. Jedoch wird der Fahrzeuglieferant regelmäßig nicht darüber informieren, welcher Zulieferer das Teil tatsächlich hergestellt hat. Allenfalls wird er auf die Möglichkeit verweisen, das passende Ersatzteil über ihn bzw. sein Netz erwerben zu können. Der Sinn des „dual branding“ besteht jedoch gemäß Erwägungsgrund 24 darin, den direkten Erwerb vom eigentlichen Hersteller des Teils zu vereinfachen. Der Teilehersteller soll erkennbar werden, um der Werkstatt die Möglichkeit zu geben, das benötigte Produkt möglichst unmittelbar, also auch ohne Vertrieb über den Fahrzeuglieferanten, zu erwerben.

Das Staff Working Document No. 2 beschreibt zu Beginn von Kapitel 2.3.3 zutreffend die geringe Fertigungstiefe der Automobilhersteller. Dennoch tragen nahezu alle Ersatzteile, die vom Fahrzeughersteller vertrieben werden, sein Markenzeichen.



Um wirksamen Wettbewerb nicht schon in der Phase der Teileherstellung zu ersticken, ist es unbedingt notwendig, den Teileherstellern weiterhin das Recht zu geben, auch auf den von ihnen für den Vertrieb durch die Automobilindustrie produzierten Teilen ihr eigenes Markenzeichen aufzubringen, damit der Reparateur später erkennen kann, wer das Teil hergestellt hat. In diesen Fällen ist genau genommen der Teilehersteller der Originalteile-Hersteller, dessen Originalteil für den Kunden Automobilindustrie (zusätzlich) mit dessen „Handelsmarke“ versehen wird. Wegen der sensiblen Beziehungen zwischen Teileindustrie und Automobilherstellern darf die Frage, ob das Markenzeichen aufgebracht werden darf oder nicht, nicht Gegenstand von Verhandlungen oder sogar Diskriminierungen zwischen diesen ungleichen Partnern sein.

Die Teilehersteller müssen das Recht haben, (diskriminierungsfrei) ihr Markenzeichen sowohl auf den Teilen aufzubringen, die sie für die Fahrzeugproduktion an den Automobilhersteller liefern, als auch auf den Ersatzteilen, die sie für den späteren Vertrieb durch die Automobilhersteller produzieren.

## **Zugang zu Teilen: Ersatzteilvertrieb durch Zulieferer und Tooling Arrangements**

Nicht zuletzt aufgrund der Tatsache<sup>10</sup>, dass viele Ersatzteilgruppen „captive“ sind – also ausschließlich über die Fahrzeughersteller bzw. deren Vertriebsnetze bezogen werden können – ist der Wettbewerb im Ersatzteilbereich stark eingeschränkt. Davon profitieren die Automobilhersteller, die auf diese Weise in die Lage versetzt werden, Monopolrenten zu realisieren. Verantwortlich dafür sind vor allem die Designrechte für sichtbare ERSATZ-Teile und – so vermuten die Autoren des Evaluierungsberichts – so genannte „tooling arrangements“, wonach der Fahrzeughersteller, wenn er z.B. die Fertigungswerkzeuge des Teileherstellers vollständig oder teilweise finanziert, diesem die eigenständige Produktion und den Vertrieb an Dritte untersagt.

Gegen letzteres ist zunächst einzuwenden, dass eine Finanzierung nicht gleichzeitig eine Kostenübernahme ohne Rückzahlungsverpflichtung bedeutet. Darüber hinaus gibt es keinen Grund, einen Zulieferer in seiner eigenen unternehmerischen Entwicklung einzuschränken und damit seine Abhängigkeit noch zu vergrößern, es sei denn, er ist ausschließlich als „verlängerte Werkbank“ ohne eigenes Know-how bzw. ohne eigene Entwicklungsleistung für den Automobilhersteller tätig. Letzteres kommt in der Automobilbranche vergleichsweise selten vor; zahlreiche Zulieferer verfügen über eigenes Know-How. Zumeist handelt es sich um hochspezialisierte Teilehersteller, auf deren Entwicklungsleistung wesentliche Innovationen etwa in den Bereichen Licht, Komfort oder Sicherheit zurückgehen. Die Zuliefererbekanntmachung der Kommission von 1978 greift insofern nicht.

Auch sollte ein Fahrzeughersteller die Auswahl des Zulieferers nicht davon abhängig machen dürfen, dass dieser auf den Aftermarket-Vertrieb verzichtet.

---

<sup>10</sup> Staff Working Document No.2, Seite 34, letzter Satz.

Folgerichtig regelt Art. 4 Abs. 1 lit. j) der Kfz-GVO, dass eine Freistellung nicht gilt für

„zwischen einem Lieferanten von Original-Ersatzteilen oder qualitativ gleichwertigen Ersatzteilen, Instandsetzungsgeräten, Diagnose- oder Ausrüstungsgegenständen und einem Kraftfahrzeughersteller vereinbarte Beschränkungen, welche die Möglichkeit des Lieferanten einschränken, diese Waren an zugelassene oder unabhängige Händler, zugelassene oder unabhängige Werkstätten oder an Endverbraucher zu verkaufen“.

Die Kommission geht in ihrem Evaluierungsbericht geht auf S. 10f. der deutschen Fassung davon aus, dass eine solche sektorspezifische Bestimmung nicht nötig sei, da die Verordnung (EG) 2790/1999 eine äquivalente Bestimmung enthalte. Tatsächlich ist dies jedoch nicht der Fall. Art. 4 (e) der Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 bietet kein entsprechendes Schutzniveau, da er nur benennt

„Beschränkungen, die zwischen dem Lieferanten und dem Käufer von Bestandteilen, welche dieser in andere Erzeugnisse einfügt, vereinbart werden und die den Lieferanten hindern, diese Bestandteile als Ersatzteile an Endverbraucher oder an Reparaturwerkstätten oder andere Dienstleistungserbringer zu verkaufen, die der Käufer nicht mit der Reparatur oder Wartung seiner eigenen Erzeugnisse betraut hat“.

Mit anderen Worten: Die Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 würde eine Vereinbarung zwischen Teileherstellern und Fahrzeuglieferanten freistellen, welche dem Teilehersteller untersagt, Ersatzteile an Vertragswerkstätten des Fahrzeuglieferanten zu liefern. Nach der Kfz-GVO hingegen wäre diese wettbewerbsbeschränkende Vereinbarung nicht freigestellt, diese schützt den Vertrieb an zugelassene wie unabhängige Werkstätten.

Außerdem benennt die Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 im Gegensatz zur Kfz-GVO keine Werkzeuge, Diagnosegeräte und andere Ausrüstungsgegenstände, die für Reparaturen benötigt werden. Auch insofern sollte der tatsächliche Hersteller die Chance zum Aftermarket-Vertrieb haben. Im Automobilsektor ist die Verfügbarkeit von Werkzeugen und Ausrüstungsgegenständen für die Reparaturwerkstätten wesentlich und hat unmittelbare Auswirkungen auf die Möglichkeit der Verbraucher, zwischen verschiedenen Werkstattbetrieben wählen zu können.

Insofern bestehen wesentliche Unterschiede zwischen beiden Verordnungen, welche die Regelungen der Kfz-GVO als geeigneter erscheinen lassen, vielfältige Vertriebswege für Ersatzteile zu gewährleisten.

Die Teilehersteller müssen das Recht haben, (diskriminierungsfrei) die von ihnen produzierten Ersatzteile an Händler und/oder Werkstätten ihrer Wahl zu liefern. Der GVA befürwortet die Beibehaltung der vorgenannten Kernbeschränkung der Kfz-GVO. Diese ist eher geeignet, Wettbewerb im Ersatzteilmarkt zu fördern als die gegenwärtig in der Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 enthaltene Bestimmung.

## Designschutz

Welche erheblichen negativen Auswirkungen der Designschutz für sichtbare Karosserie-integrierte Ersatzteile (wie Scheinwerfer, Windschutzscheiben, Kotflügel, Motorhauben), die immerhin etwa ein Viertel des Marktvolumens für Ersatz- und Verschleißteile umfassen, auf den Ersatzteilwettbewerb hat, wird von den Autoren des Evaluierungsberichts mehrfach mit deutlichen Worten geschildert.<sup>11</sup>

Der GVA begrüßt es, dass sich die Kommission auf S. 13 des Evaluierungsberichts für die Einführung einer sog. Reparaturklausel in das Recht des Designschutzes ausspricht. Da hier jedoch in absehbarer Zeit keine politische Einigung zu erwarten ist, sollte das Thema wegen seiner wettbewerblichen Relevanz<sup>12</sup> in einer künftigen kartellrechtlichen Regelung aufgegriffen werden.

---

<sup>11</sup> Seite 38: „There is strong evidence that where parts are design protected, produced in-house, or otherwise captive to the vehicle manufacturers, prices are rising at a far higher rate. Roughly 25% of the overall spare parts market is subject to design protection.“ ... „Moreover, these price differences do not reveal the wider costs of design protection in terms of distorted trade patterns and inefficient allocation of resources: if design protection on spare parts were removed, increased economies of scale due to an increased number of open markets would decrease the producers' costs, resulting in further price decreases. The overall costs that the European consumer bears as a result of the design protection of spare parts can therefore be assumed to be higher than the bare figures suggest. Estimates based on prices prevailing in the U.S., where design protection does not exist, indicate that if aftermarket design protection in the EU were to be withdrawn, this would lead to a reduction in the average price of previously-protected spare parts of 14% within two years.“

Seite 40: „...design protection for certain categories of spare parts means that independent distributors cannot offer the full range, leaving independent repairers partially dependent on their authorised competitors. The negative effects brought about by after-market design protection are the subject of an ongoing legislative procedure in view of the review of the Design Directive.“

<sup>12</sup> Zur wettbewerblichen bzw. wettbewerbpolitischen Relevanz des Themas äußerten sich in jüngerer Zeit Wissenschaftler des IWP, Köln, (Institut für Wirtschaftspolitik an der Universität zu Köln: „Eine Reparaturklausel erhöht die Effizienz am Markt für sichtbare Kfz-Ersatzteile – Designschutz wird nicht beeinträchtigt – Studie zur Einführung einer Reparaturklausel in die Designschutzrichtlinie der Europäischen Union (13.12.2007)) und des DIW, Berlin (Pio Baake: „EU auf dem richtigen Weg: Designschutz für Auto-Ersatzteile nicht gerechtfertigt“, in: Wochenbericht des DIW Berlin Nr. 31/2008).

Die Anwendung des Designrechtes auf den Ersatzteilbereich sollte ausgeschlossen werden, denn hier gibt es keine Designalternative. Die wettbewerbsrechtlichen Interessen überwiegen die – ohnehin nur auf den Primärmarkt zu beziehenden – geistigen Schutzrechte des jeweiligen Rechteinhabers.

## **Zugang zu Teilen: Erwerb von der Vertragswerkstatt**

Es liegt im Interesse der Verbraucher, ihr Fahrzeug bei einer Vielzahl von Werkstätten warten oder reparieren lassen zu können. Dies gilt insbesondere in ländlichen Regionen, in denen autorisierte Werkstätten weit entfernt sein können. Um eine flächendeckende Versorgung auch bei Pannen oder Unfällen zu gewährleisten, sollten auch herstellerungebundene Betriebe Zugang zur gesamten Palette der Ersatzteile haben.

Aktuell regelt Art. 4 Abs. 1 lit. i) der Kfz-GVO die Möglichkeit eines autorisierten Betriebes, Teile an eine freie Werkstatt zu verkaufen. Hieran ist festzuhalten.

Die Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 enthält in Art. 4 lit. c) eine ähnliche Bestimmung, welche den Vertrieb an „Endverbraucher“ schützt. Zwar ist nach Ansicht des GVA eine freie Werkstatt als Endverbraucher im Sinne der Vorschrift anzusehen, da sie das Produkt für den Fahrzeughalter erwirbt und verbaut. Jedoch gebraucht die Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 in Art. 4 lit. e) den Begriff „Reparaturwerkstatt“ zusätzlich zum Begriff „Endverbraucher“. Dadurch könnte der Eindruck entstehen, Reparaturwerkstätten seien etwas anderes als Endverbraucher. Folglich befürwortet der GVA eine Klarstellung zum Verhältnis beider Begriffe.

Die Belieferung unabhängiger Werkstätten durch autorisierte Betriebe findet statt, jedoch können unabhängige Betriebe dabei naturgemäß nicht die Ersatzteil-Einkaufskonditionen der autorisierten Werkstätten für sich in Anspruch nehmen. Dadurch haben sie per se einen Kostennachteil im Teileeinkauf, besonders bei Monopol-Teilen. Um in einen Preis-Wettbewerb treten zu können, haben sie nur die Möglichkeit, ihre Lohnkosten entsprechend zu kalkulieren. Kein Wunder, dass die Rentabilität ihres Servicegeschäftes häufig niedriger ist als bei den autorisierten Betrieben.

## Einschränkende Garantiebedingungen

Das „Phänomen“, dass Kunden mit zunehmendem Fahrzeugalter eher eine freie Werkstatt aufsuchen, bzw. umgekehrt in den ersten Jahren sehr vertragshändler-treu sind, erklärt Staff Working Document No. 2 im wesentlichen mit zwei Aspekten:<sup>13</sup>

- (1) Zunächst könne der Restwert eines Fahrzeugs negativ beeinflusst werden, wenn Reparaturen außerhalb des Herstellernetzes durchgeführt worden seien. Häufig würden Fahrzeuge, die ausschließlich in Vertragswerkstätten gewartet/repariert worden seien, mit „full dealer service history“ beworben.

Unabhängig vom Ort der Fahrzeugwartung sollte ein Fahrzeug als „scheckheftgepflegt“ gelten, wenn die Wartungs-/Inspektionsarbeiten regelmäßig und fachgerecht durchgeführt und (im Serviceheft) von der ausführenden Werkstatt bescheinigt werden.

- (2) Weiterhin tendierten die Verbraucher während der Herstellergarantie dazu, in jedem Fall autorisierte Werkstätten aufzusuchen, aus Angst, sie könnten ihre Garantieansprüche verlieren. (Dies hat auch das Office of Fair Trading in einer Studie aus dem Jahr 2003 für das Vereinigte Königreich festgestellt.) Die Automobilhersteller haben diese Möglichkeit der Kundenbindung, die ihrer Meinung nach von der Kfz-GVO freigestellt ist, erkannt und in der Folge sowohl die Herstellergarantiefristen verlängert, als auch zusätzliche verlängerte Garantien entwickelt sowie Servicepakete. Die Autoren des Evaluierungsberichts stellen fest, dass durch diese Praktiken bestimmte Kategorien von Reparaturleistungen im Netzwerk der Fahrzeughersteller auch nach dem Auslaufen der normalen Garantie gefangen („captive“) sind. Verbraucher haben Angst, Garantieansprüche gegenüber dem Fahrzeughersteller zu verlieren, wenn während der Herstellergarantie Arbeiten in unabhängigen Reparaturbetrieben durchgeführt werden.

Der GVA teilt diese Einschätzung. Es ist durchaus im Interesse der Automobilhersteller, den Kunden glauben zu machen, dass er *in jedem Fall* während der Herstellergarantie sein Fahrzeug zur Wartung und Reparatur in die Vertragswerkstatt bringen muss. Aus gutem Grund wird der Verbraucher über seine tatsächlichen Rechte nicht aufgeklärt; im Gegenteil: In zahlreichen Serviceheften finden sich bei der Übergabe von Neufahrzeugen Stempel, beispielsweise mit dem Wortlaut: „WICHTIG!! Garantie- und Kulanzansprüche nur bei regelmäßiger Wartung in Ihrem VW/Audi-Betrieb“.

Dürfte es ein Fahrzeughersteller zur Voraussetzung für eine Gewährleistungsübernahme oder Garantiezusage machen, dass ein Fahrzeug ausschließlich mit Teilen der Marke des Fahrzeuglieferanten

---

<sup>13</sup> Staff Working Document No.2, Seite 28

bzw. nur in einer Vertragswerkstatt repariert oder gewartet wurde, so würde dies den Wettbewerb im Teile- bzw. Servicemarkt beschränken.

Insofern begrüßt der GVA die Aussagen der Kommission im Leitfaden zur Kfz-GVO bei Fragen 37 und 99. In Deutschland musste das Bundeskartellamt diese Grundsätze in einigen Fällen zur Anwendung bringen, in dem Zweijahresbericht des Bundeskartellamtes 2003/2004 an den Deutschen Bundestag heißt es:

"Ebenso wirkte das Bundeskartellamt in mehreren Fällen auf eine Änderung der Bedingungen für die vom Automobilhersteller gewährte Fahrzeuggarantie hin, soweit diese einen Garantieverlust allein schon deshalb vorsahen, wenn während der Garantiefrist Ersatzteile dritter Hersteller verwandt oder Inspektions- und Wartungsarbeiten durch nicht vom Hersteller autorisierte Servicebetriebe durchgeführt wurden."

Effektiver Wettbewerb im Ersatzteilvertrieb sowie bei Reparatur und Wartung setzt voraus, dass jeder Fahrzeugbesitzer „vom ersten Tag an“ die Werkstatt seines Vertrauens frei wählen kann. Die Unzulässigkeit entgegenstehender Vereinbarungen sollte in einer künftigen Verordnung hervorgehoben werden.

## **Wettbewerb im Teilehandel durch Wahlfreiheit der Vertragswerkstätten**

Vertragswerkstätten decken ihren Teilebedarf weiterhin ganz überwiegend beim Fahrzeughersteller bzw. dessen Vertriebsnetz. Über die Gründe hierfür finden sich im Evaluierungsbericht nur Mutmaßungen. Dies erstaunt insofern, als dass laut Staff Working Document No. 3, S. 8, drei Importeure in Dänemark unzulässige Treuerabatte verwendeten, aber entsprechende Ermittlungen in anderen Mitgliedstaaten nicht erfolgt zu sein scheinen.

Der Evaluierungsbericht geht auf S. 26 des Staff Working Document No. 4 davon aus, dass Beziehungen zu mehreren Lieferanten den Einsatz mehrerer IT-Systeme erfordern. Warum aber sollte ein IT-System nicht in der Lage sein, mehrere Lieferanten zu verwalten? Es ist technisch nicht nötig, dass autorisierte Betriebe mehrere Systeme installieren, wenn sie mit mehreren Teilelieferanten zusammenarbeiten wollen. Es ist lediglich erforderlich, saubere Schnittstellen zwischen der Teiledefinition, den technischen Informationen und der Teilebestellung zu schaffen. So könnte das Ersatzteil mit Hilfe

der fahrzeugspezifischen Informationen des Fahrzeugherstellers definiert werden, und anschließend könnte die Werkstatt entscheiden, bei welchem Lieferanten sie das Teil bestellt. Ebenso sollte es unzulässig sein, in die IT-Systeme zwangsweise Mechanismen zur automatischen Nachlieferung einzubauen, wenn ein bestimmter Mindestbestand unterschritten wird. Auf diese Weise hat die Werkstatt keine Möglichkeit, die Belieferung durch ihren Automobilhersteller zu verhindern bzw. selbst zu steuern.

Für die Zukunft sollte die Freiheit der Vertragswerkstätten gewährleistet bleiben, Ersatzteile bei unterschiedlichen Anbietern zu erwerben. Sollten die Vorschriften der Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 zur Anwendung kommen, wäre mit Blick auf das Überschreiten der maßgeblichen Marktanteilschwelle von 30% (der Marktanteil der Fahrzeughersteller am jeweiligen Ersatzteilmarkt liegt regelmäßig höher) klarzustellen, inwiefern ein Lieferant überhaupt Mindestbezugsmengen oder qualitative Vorgaben einfordern kann. Dabei sollten die aktuell freigestellten Grenzen nicht erhöht, sondern der Wettbewerb um die Versorgung von Vertragswerkstätten gefördert werden.

Der Fahrzeuglieferant sollte seiner Vertragswerkstatt den Bezug bestimmter Teile von ihm nur vorschreiben dürfen, sofern diese für eine Mängelbeseitigung verwendet werden, die der Fahrzeuglieferant vergütet.

Hingegen sollte sich eine Freistellung nicht auf Vorgaben zum Bezug von Teilen beziehen, die im Rahmen von regelmäßigen Wartungsarbeiten oder Reparaturen verwendet werden - auch dann nicht, wenn die Werkstatt ihre Vergütung unmittelbar vom Fahrzeuglieferanten erhält und nur mittelbar vom Fahrzeughalter, der die Leistung im Rahmen eines „All-inclusive-Pakets“ entgeltlich erworben hat. Der in der aktuellen Verordnung verwendete Begriff „unentgeltlicher Kundendienst“ ist insoweit missverständlich. Auf dem Kfz-Service Markt ist die Erbringung unentgeltlichen Kundendienstes außerhalb der Mängelbeseitigung kaum möglich; dies entspräche faktisch einem „Verkauf unter Einstandspreis“.

## Originalersatzteile und qualitativ gleichwertige Ersatzteile

Der Automobilhersteller kann seinen autorisierten Servicebetrieben derzeit vorschreiben, für Reparaturen an Fahrzeugen seiner Marke ausschließlich Originalersatzteile oder qualitätsgleiche Ersatzteile zu verwenden. Die Definition beider Begriffe in der Kfz-GVO 1400/2002 hat dazu beigetragen, Unsicherheiten bei autorisierten Werkstätten bezüglich des Bezugs von Originalersatzteilen oder qualita-

tiv gleichwertigen Ersatzteilen im freien Teilehandel auszuräumen und damit die Absatzchancen von Teileherstellern und –Großhändlern bei dieser Zielgruppe verbessert.<sup>14</sup>

Autorisierte Reparaturbetriebe müssen in Bezug auf den Ersatzteilbezug frei entscheiden können, ob sie die Ersatzteile bei „ihrem“ Automobilhersteller oder im freien Markt kaufen.

Beispiele für Original(ersatz)teilwerbung von Teileherstellern:



aus: kfz-betrieb Nr. 46, 15.11.2007, S 7



aus: Kraftland, Ausgabe 15-10/2007 (15. August), Seite 17



aus: SKF Partner Info Nr. 15, Mai 2003, Beilage von: Auto Reparatur Markt 5-2003

<sup>14</sup> Vgl. Staff Working Document No.2, Seite 36, 2. Absatz. Die im Folgenden dargestellten Werbebeispiele von Teileherstellern stammen von namhaften Teileherstellern.

Beispiele für Original(ersatz)teilwerbung von Teileherstellern (Fortsetzung):



Beispiele für Originalersatzteilwerbung des freien Teilegroßhandels:



## **Finanzierung, Leasing, Miete: Sinnvolle Alternativen um in den Besitz des Fahrzeugs zu gelangen, machen die Kunden bei Wartung und Service zu gefangenen Verbrauchern**

Neben dem in Abschnitt 2.1.3 des Staff Working Document No. 2 beschriebenen Kauf und dem Leasing ist auch die Miete von Fahrzeugen von Bedeutung, und zwar insbesondere im Nutzfahrzeugbereich. Anbieter wie z.B. BFS<sup>15</sup> vermieten Nutzfahrzeuge einer bestimmten Marke und bieten die Serviceleistungen des kooperierenden Nutzfahrzeugherstellers an.

Insgesamt stellt der Evaluierungsbericht richtigerweise fest, dass es unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten mit dem Leasing und der Miete Alternativen zum Fahrzeugkauf gibt, welche die Mobilitätsanforderungen zum Nutzen der Verbraucher erfüllen. Der Begriff „Mobilitätsanforderungen“ bezieht sich hier auf den Besitz eines Fahrzeugs; der Kunde soll wählen können, auf welche Weise er den Besitz des Fahrzeugs finanziert. Steigende Neuwagenpreise und abnehmende Kaufkraft verstärken die Nachfrage nach „günstigen Bezugsmöglichkeiten“.

Die Wahlfreiheit besteht jedoch meist nicht mehr bei Wartung und Reparatur, denn in vielen Fällen sind Automobilhersteller selbst Inhaber der Finanzierungs- bzw. Leasinggesellschaften. Das rechtliche Eigentum an dem Fahrzeug bleibt also quasi in der Hand der Automobilhersteller oder der mit ihnen verbundenen Unternehmen. Durch diese Konstruktion können den Kunden Bedingungen auferlegt werden, die ihn z.B. zwingen, Wartungs- und Reparaturarbeiten in Werkstätten durchführen zu lassen, die zum Vertriebsnetz des Fahrzeugherstellers gehören. Ein Wettbewerb mit unabhängigen Servicebetrieben ist in diesem Bereich dann faktisch nicht möglich.

Der künftige rechtliche Rahmen für den Vertrieb von Ersatzteilen sowie Wartungs- und Instandsetzungsdienstleistungen sollte effektiven Wettbewerb zwischen gebundenen und freien Werkstätten gewährleisten, auch für finanzierte, geleaste oder längerfristig gemietete Fahrzeuge – unabhängig davon, ob der Nutzer ein Unternehmer oder ein Verbraucher ist.

---

<sup>15</sup> [www.bfs.tv](http://www.bfs.tv)

## Kaum Besonderheiten bei Nutzfahrzeugen

In Abschnitt 2.1 (Sector characteristics) des Staff Working Document No. 2 wird ein Überblick über den Markt des Pkw- und Nkw-Neufahrzeugvertriebs und den Markt der Wartung/Reparatur gegeben. An mehreren Stellen wird herausgestellt, dass der Pkw- und der Nkw-Markt sich angeblich unterscheiden.<sup>16</sup>

Zu Beginn von Abschnitt 2.1.3 (Entwicklung des Konsumverhaltens) erklären die Autoren des Evaluierungsberichtes: „Es sollte ein Unterschied gemacht werden zwischen privaten Kunden und Geschäftskunden, weil die Gegenmacht (Marktmacht), die Flotteninhaber gegenüber Automobilherstellern ausüben können, deutlich stärker ist als die von privaten Autobesitzern.“<sup>17</sup> Zweifelsfrei ist die Macht von Flotteninhabern gegenüber den Fahrzeugherstellern größer als die von Einzelpersonen, jedoch ist längst nicht jeder Geschäftskunde auch Inhaber einer Flotte und daher hinsichtlich seines „Konsumverhaltens“ sicherlich differenzierter einzuschätzen. Viele kleinere Nutzfahrzeuge – vor allem Transporter – sind typische „Handwerkerautos“. Welcher Handwerker betreibt schon eine Flotte?

Die Trennung zwischen den drei Bereichen Neufahrzeugvertrieb, Service und Teilevertrieb muss aufrechterhalten werden; es gibt keine „zwangsweise Verbindung“ zwischen diesen Märkten.<sup>18</sup> Wäre die Verbindung „zwangsweise“, gäbe es keinen unabhängigen Ersatzteilmarkt.

Obwohl die Automobilhersteller für ihr Ersatzteilgeschäft offenbar nur teilweise Marktanteile genannt haben, greift der Evaluierungsbericht einige Werte heraus. Im Großen und Ganzen dürften die genannten Anteile der Realität entsprechen, jedoch ist die Angabe, dass der Nutzfahrzeughersteller IVECO in Deutschland nur einen Marktanteil von 9 % im Teilegeschäft (Ersatzteile passend für IVECO-

---

<sup>16</sup> Der Unterschied ist besonders deutlich im Hinblick auf schwere Nutzfahrzeuge, die im Gütertransport eingesetzt werden. Hier sind die Anforderungen an die Betriebsfähigkeit der Fahrzeuge aus ökonomischen Gründen ganz besonders hoch.

<sup>17</sup> “Furthermore, a distinction should be drawn between private and corporate customers, as the countervailing power that fleet owners can exercise over vehicle manufacturers is clearly stronger than that enjoyed by individual car owners.”

<sup>18</sup> Vgl. dazu auch die im November 2000 erschienene Studie "The Natural Link between Sales and Service. An investigation for the Competition Directorate-General of the European Commission." Die Studie wurde für die EU-Kommission von der Unternehmensberatung autoPOLIS erstellt und kommt zu dem Ergebnis, dass eine natürliche Verbindung zwischen Neufahrzeugvertrieb und Service nicht besteht, wohl aber in vielen Bereichen – u.a. Wartung und Reparatur sowie Ersatzteile – von den Automobilherstellern künstlich forciert wird.

Fahrzeuge) hat, absolut unzutreffend.<sup>19</sup> An anderer Stelle (Staff Working Document No.2, Seite 37 unten) haben Nutzfahrzeughersteller angegeben, dass 50 % - 90 % der Ersatzteile, die autorisierte Servicebetriebe beziehen, das Markenzeichen des Nkw- bzw. Buserstellers tragen.<sup>20</sup>

Der Schilderung von Nutzfahrzeugherstellern, unabhängige Teilegroßhändler betrieben „Cherry-picking“ bezogen auf Teile, mit denen sie besonders hohe Gewinne erzielten,<sup>21</sup> muss schon aus logischer Sicht widersprochen werden: Die Gewinne sind umso höher, je größer die Differenz zwischen Mitteleinsatz (wie Einkaufspreis der Ware, Lager- und Distributionskosten) und Verkaufserlös ist. Ist der Verkaufspreis eines Teilegroßhändlers „zu hoch“, wird ein autorisierter NKW- und Bus-Reparaturbetrieb den Artikel nicht bei ihm, sondern bei einem Wettbewerber kaufen. Zum Angebot eines freien Teilegroßhändlers gibt es immer mindestens ein Wettbewerbsangebot, nämlich das des jeweiligen Automobilherstellers, der die Ersatzteile für das konkrete Fahrzeug unter seinem eigenen Markenzeichen verkauft.<sup>22</sup> Außerdem werden i.d.R. mehrere freie Teilegroßhändler den nachgefragten Artikel anbieten; sie stehen (im Gegensatz zu den Fahrzeugherstellern) ebenfalls untereinander im Wettbewerb um die Gunst der Reparaturbetriebe.

Gemäß der Kfz-GVO sind die autorisierten Reparaturbetriebe in ihrem Teilebezug weitgehend frei. Die Reparaturbetriebe können also wählen, auf welches Angebot sie eingehen. Ihre eigene Profitabilität hängt dann schließlich davon ab, zu welchem Preis sie ihrerseits in der Lage sind, das Ersatzteil an ihren Kunden zu veräußern bzw. wie sie ihre Preise (Lohn und Teile) kalkulieren. Hier stehen sie im Wettbewerb mit anderen Reparaturbetrieben, die sich ihrerseits für bestimmte Einkaufsquellen und Ersatzteile entscheiden und ihre Reparaturleistungen kalkulieren. Der freie Teilegroßhandel kann das Marktverhalten, das sich aus dieser Wettbewerbssituation ergibt, naturgemäß kaum beeinflussen.

---

<sup>19</sup> Möglicherweise handelt es sich um einen Schreibfehler, oder der Fahrzeughersteller hat die zugrunde liegende Frage anders interpretiert. Ein Wert von 69% wäre vermutlich eine realistischere Schätzung. Dass die Zahl von 9 % völlig unrealistisch ist, können unabhängige Branchenexperten – wie z.B. die Kölner Unternehmensberatung BBE Retail Experts – bestätigen.

<sup>20</sup> Und nur der guten Ordnung halber sei darauf hingewiesen, dass die 80 % Marktanteil, die etwa 200 freie Teilegroßhändler in Deutschland haben, sich natürlich auf den freien Teilehandel beziehen, vgl. Staff Working Document No.2, Fußnote 107.

<sup>21</sup> Staff Working Document No.2, Seite 36, 1. Absatz.

<sup>22</sup> Umgekehrt gilt dies nicht, da aus bekannten Gründen bestimmte Ersatzteile „Monopolteile“ der Automobilhersteller sind.

## Schlussbemerkungen

Nach wie vor unterscheidet sich der Kfz-Sektor deutlich von anderen Märkten. Der Erwerb eines Kraftfahrzeugs stellt immer noch einen Kostenaufwand dar, der sich deutlich von anderen Anschaffungen unterscheidet. Zudem hat eine ordnungsgemäße Instandhaltung eines Fahrzeugs nicht nur Auswirkungen auf das Familienbudget, sondern auch auf die Sicherheit im Straßenverkehr.

Es ist notwendig, den Wettbewerb weiterhin zu schützen, nicht zuletzt, weil am Beispiel der Verfügbarkeit technischer Informationen deutlich wurde, dass nur durch das konsequente Tätigwerden der EU-Kommission für die Einhaltung der Wettbewerbsregeln gesorgt werden konnte. Dies war ein gutes Zeichen für die Branche, denn dadurch wurde aufgezeigt, dass es bestimmte Grenzen gibt, die (von den Automobilherstellern) nicht überschritten werden dürfen. Damit trägt der rechtliche Rahmen zur flächendeckenden Versorgung mit einer Vielzahl von Ersatzteilen unterschiedlicher Anbieter bei. Diese Versorgung wird vielfach durch kleine und mittelständische Unternehmen gewährleistet. Deren Förderung hat sich die Europäische Union in ihrer KMU-Initiative zum Ziel gesetzt.

Alles, was die Position der von den Automobilherstellern autorisierten Partner gegenüber „ihren“ Automobilherstellern stärkt und ihre unternehmerische Freiheit und ihre Unabhängigkeit garantiert, ist wichtig, denn es ermöglicht ihnen, Wettbewerbschancen auch dann zu nutzen, wenn dies den Vorstellungen des Automobilherstellers nicht entspricht.

Die Strategien der Automobilhersteller zielen einerseits darauf, dem Wettbewerb einen ansehnlichen Teil des Ersatzteilmarktes zu entziehen (Stichworte: „Designschutz“, „tooling arrangements“), und andererseits zielen sie direkt auf die Verbraucher, indem ihnen (vermeintlich) unentgeltlicher Kundendienst, verlängerte Garantiefristen und Kulanzregelungen geboten werden. Darüber hinaus wird durch entsprechende Werbemaßnahmen der Eindruck geweckt bzw. verstärkt, dass freie Anbieter auf keinen Fall eine echte Alternative bieten können.

Die Verordnung (EG) Nr. 2790/1999 („Schirm-GVO“) würde den Wettbewerb in den Service- und Ersatzteilmärkten für Kraftfahrzeuge nicht im gleichen Maße schützen wie die aktuelle Kfz-GVO. Auch ging der europäische Ordnungsgeber im Jahr 2002 nicht davon aus, dass die allgemeinen Regeln des Vertriebskartellrechts, wie sie in der Schirm-GVO niedergelegt sind, eine zufrieden stellende Lösung für den Kfz-Sektor bedeuten würden – und dies aus Gründen, die weiterhin Gültigkeit haben.