

Anlage A1

Schaffung eines fairen Wettbewerbs im europaweiten Automobilvertrieb mit Kundendienst durch größere wirtschaftliche Unabhängigkeit für Vertragshändler und Werkstätten.

Vorbemerkung: Die Kfz Verordnung 1475/95 läuft am 30.9.2002 aus. Die Kommission hat alle Betroffenen aufgefordert, Vorschläge für die Regelung des Automobilvertriebs mit Kundendienst nach dieser Zeit zu machen.

Die betroffenen Vertragshändler begrüßen das auch von der Kommission angestrebte Ziel, den Händlern mehr Spielraum für ihre Geschäftstätigkeit im Vertrieb von Neuwagen und im Kundendienst zu gewähren und ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit sicherzustellen. Bei den Händlern handelt es sich vornehmlich um kleine und mittlere Unternehmen. Die Umsetzung des erwähnten Zieles der Kommission wird dazu führen dass der Mittelstand als für die Volkswirtschaft in Europa grundlegend wichtiger Faktor gestärkt wird. Ohne Umsetzung des erwähnten Zieles der Kommission wird die Entwicklung dazu führen, dass vor allem in Ballungsräumen die KMU keine Chance im Wettbewerb haben, dem Hersteller weichen und für den Verbraucher oligopolistische Angebotsstrukturen entstehen. Die Kommission wird darauf achten, dass nicht ein unfairer Wettbewerb von heute den funktionsfähigen Wettbewerb von morgen zerstört.

Vor diesem Hintergrund werden folgende Vorschläge gemacht, die nicht abschließend sind.

- 1.) Direktvertrieb: Direktvertrieb ist grundsätzlich unvereinbar mit dem selektiven Vertriebssystem. Ausnahmen sind vom Hersteller mit dem betroffenen Händlerverband zu vereinbaren. Bei Lieferungen an Niederlassungen des Herstellers dürfen die Konditionen nicht günstiger sein, als diejenigen für die Händler. Im Zweifel hat der Hersteller den Nachweis darüber zu führen.
- 2.) Investitionen: Alle markenspezifisch vorgegebenen Investitionen und Maßnahmen (insbesondere Immobilien, Mobilen, Aus- und Weiterbildung, Kommunikation) müssen gemäß betriebswirtschaftlichen Abschreibungskriterien (innerhalb von mind. zehn Jahren) durch den betroffenen Betriebsbereich rentabilisierbar sein oder bei Vertragsauflösung nach Zeitablauf entschädigt werden.
- 3.) Einkauf : Der freie und ungehinderte Einkauf innerhalb des (qualitativen und quantitativen) selektiven Vertriebssystems muss gewährleistet sein. Zielsetzungen für Vertragswaren, Lager-Ausstellungs- und Vorfürwagen sind betragsmäßig oder stückzahlmäßig gemeinsam zu vereinbaren. Kein Zwang zur Abnahme nicht bestellter Ware.
Der freie und ungehinderte Zukauf von Ersatzteilen (ausgenommen bei Gewährleistung, Kulanz und Rückruf) und Zubehör muss gewährleistet sein.
- 4.) Notwendige wirtschaftliche Grundbedingungen: Die Möglichkeit der Erwirtschaftung einer ausreichenden Rendite in den einzelnen vertraglichen Betriebsbereichen (Neuwagen, Kundendienst und Ersatzteile) unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Grundsätze und die freie Wahl der Dienstleistungspartner muss gewährleistet sein. Dabei dürfen die vom Markt geforderten Preisnachlässe die Rendite nicht schmälern.

- 5.) Fairer Wettbewerb: Der Hersteller muss Mitgliedern seines (qualitativen und quantitativen) selektiven Vertriebssystems wegen der qualitativen Auflagen bessere Konditionen einräumen als jedem anderen Abnehmer.
- 6.) Freiheit des Mehrmarkenvertriebes: Die Entscheidung, mehrere Marken zu vertreiben, liegt beim Händler. Der Hersteller darf diese Entscheidung weder indirekt noch direkt beeinflussen, es sei denn die spezifische Identität der Marken wird nicht gewahrt.
- 7.) Verkauf und Kundendienst: Verkauf und Kundendienst bilden für den Handel eine notwendige Einheit zur Kundenbindung. Bei Fahrzeugen handelt es sich um hochpreisige und hochtechnisierte Güter, für die der Verbraucher bei seinem Händler den entsprechenden Kundendienst beanspruchen will. Insbesondere wird dadurch die Erfüllung der Herstellergarantie europaweit und flächendeckend sichergestellt.
- 8.) Unbehinderter Verkauf: Der Weiterverkauf von Neufahrzeugen an Endverbraucher und Mitglieder des (qualitativen und quantitativen) selektiven Vertriebssystems in Europa muss unbehindert möglich sein. Ausgenommen muss der Verkauf an unabhängige Wiederverkäufer bleiben. Unabhängige Leasinggesellschaften sind als Wiederverkäufer zu betrachten. Der Händler muss ungehindert Neufahrzeuge über Internet in Europa vertreiben können, dabei muss er sich auch im Rahmen des (qualitativen und quantitativen) selektiven Vertriebssystems unabhängiger Internetvermittler bedienen dürfen.
- 9.) Garantievergütung: Garantieleistungen, die der Händler auf Grund der Garantiezusage des Herstellers gegenüber dem Kunden erbringt, sind in Höhe des jeweiligen externen Stundenverrechnungssatzes des Händlers sowie der unverbindlichen Preisempfehlung für Originalersatzteile vom Hersteller in angemessener Frist zu vergüten. Entsprechendes gilt für Kulanzvergütungen.
- 10.) Kundenzufriedenheit: Größtmögliche Kundenzufriedenheit ist eines der wesentlichen Ziele des Handels. Vom Hersteller zu vertretende Kundenbeanstandungen (z.B.: Lieferzeit, Qualitätsmängel) dürfen dem Händler nicht zugerechnet werden. Die Vergütung für die Bewertung der Kundenzufriedenheit muss zusätzlich zur Marge erfolgen. Der Hersteller muss dem Händler die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsbefragung mitteilen.
- 11.) Händlerverband: Der Hersteller muss einen demokratisch gewählten Händlerverband, dem alle Händler der betroffenen Marke angehören können, als Interessenvertretung anerkennen. Mitglieder der Organe und Ausschüsse des Händlerverbandes dürfen auf Grund und/oder im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit nicht behindert, benachteiligt oder in sonstiger Weise diskriminiert werden.
- 12.) Schiedsvereinbarung: Streitigkeiten zwischen Herstellern und Händlern können/müssen vor Beschreiten des Rechtsweges zunächst einem Schiedsgericht zur Entscheidung vorgelegt werden. Die Anrufung ist für den Hersteller obligatorisch.
- 13.) Änderung der Beteiligungsverhältnisse: Will der Händler die Beteiligungsverhältnisse an seinem Unternehmen, die Geschäftsführung oder die Rechtsform seines Unternehmens verändern, hat der Händler dies dem Hersteller lediglich mitzuteilen. Sofern diese

Veränderungen wesentliche Auswirkungen auf die Erfüllung der Verpflichtungen aus diesem Verträge haben, kann der Hersteller begründet widersprechen.

14.) Übertragung des Unternehmens: Die Übertragung des Unternehmens einschließlich des Markenvertrages muss dem Händler grundsätzlich möglich sein. Der Hersteller kann begründet widersprechen, wenn sachlich gerechtfertigte Gründe vorliegen. In diesen Fällen entscheidet ein Schiedsgericht mit verbindlicher Wirkung für den Hersteller.