

Osborne  
Clarke



# Die Kfz-GVO: Halbzeitbilanz von London Economics

Dr. Thomas Funke LL.M.  
Rechtsanwalt



## Anwendungsbereich der Kfz-GVO

- Welche Vereinbarungen über Vertrieb von
  - Neufahrzeugen
  - Service
  - Ersatzteilensind mit dem Vertriebskartellrecht vereinbar?
- Verordnung (EG) Nr. 1400/2002 als Sonderregelung für den Kfz-Sektor
- Ausgleich der Interessen von Hersteller, Händler, Kunde, freien Marktbeteiligten (Zulieferer, IAM)
- Regelung ist zeitlich befristet



## Zeitstrahl Verordnung (EG) 1400/2002

- Seit 80er Jahren besondere Freistellungen für Kfz-Sektor, zuletzt Verordnung (EG) Nr. 1475/1995
- 2002: Aktuelle Kfz-GVO beschlossen
- 2003: Ablauf Übergangsfrist, neue Verträge
- 2005: Location Clause entfällt
- **2006: Halbzeit**
- 2008: Bericht der Kommission (spätestens)
- 2010: Aktuelle Kfz-GVO läuft aus
- ... und was kommt dann?



## Wie bewährt sich die Kfz-GVO?

- Halbzeitanalyse von London Economics im Auftrag der Kommission:  
Hat die Kfz-GVO bereits zu spürbaren Veränderungen geführt?
- Studie basiert auf Erhebung in zwölf Mitgliedstaaten, darunter Deutschland
- Betrachtungszeitraum 1997-2004  
Problem: Konjunkturwandel im relevanten Zeitraum  
Besonderheit: Dynamik in den Beitrittsstaaten
- Drei Abschnitte:  
Neuwagenvertrieb, Service, Teilehandel



**neufahrzeugvertrieb**



## Neufahrzeugmarkt 1997-2004

- Gesamtzahl der Fahrzeuge in D steigt um 8,8%
- Marktanteile der einzelnen Hersteller an Neuzulassungen weitgehend konstant
- Anteil der vier größten Herstellergruppen in D leicht steigend von 71% auf 74%, in EU insgesamt aber fallend
- Asiatische Marken, Premium- und Spezialfahrzeuge liegen im Trend
- Nachfrage insgesamt konjunkturabhängig



## GVO: Folgen für Fahrzeugvertrieb (1)

- Exklusiver oder selektiver Vertrieb
  - Regelfall selektiver Vertrieb  
(Querbezug in EU, kein Vertrieb an Nichtautorisierte)
  - Ausnahme: Suzuki  
(Alleinvertriebsgebiet, aber Vertrieb an Supermärkte o.k.)
  - Weitgehende Angleichung der Preise innerhalb der EU
  - Wegfall Location Clause erst 2005, nicht Gegenstand der Studie
- Mehrmarkenvertrieb
  - Marktanteil Mehrmarkenhändler steigend
  - D: 4,3% (1997), 11,3% (2004)



## GVO: Folgen für Fahrzeugvertrieb (2)

- Quantitative Selektion im Neufahrzeugvertrieb
  - Umstrukturierung zahlreicher Netze ab 2002
  - Konjunkturschwäche
  - Folge: sinkende Anzahl von Vertragshändlern (D: -5,2% p.a. 98-04) und steigender Anzahl verkaufter Kfz pro Händler (D: +4,5% p.a. 03-04)
  - Trend zu Niederlassungen: Anstieg von 197 auf 340 (D, 1999 zu 2004)
  - Gestiegene Kosten für Erfüllung qualitativer Selektionskriterien ein Grund für niedrige Gewinnspannen im Neufahrzeugvertrieb: 1,13% (D 2004).



OsborneClarkepräsentation



**service**



## Servicemarkt 1997-2004

- Marktvolumen in EU wächst deutlich, hingegen Abnahme um 1/3 in D verzeichnet 1999-2002
- Längere Wartungsintervalle, aber steigende Komplexität der Kfz
- Anzahl der Werkstattbetriebe insgesamt nur leicht abnehmend
- Verhältnis freie Betriebe zu Vertragswerkstätten verändert sich von 7:1 auf 5:1 (EU), 1,5:1 auf 1,2:1 (D), 1999/00 zu 2003/04
- Vertragswerkstätten gewinnen Marktanteile, auch wächst ihr Umsatz stärker als der von freien Betrieben (D: 14%, 98-03)
- Freie Betriebe: Trend zu Ketten. Preisniveau wird von LE als günstiger, das Qualitätsniveau als vergleichbar eingestuft. A.T.U & Co sind Hauptwettbewerber der Vertragswerkstätten, die Hinterhofwerkstatt verschwindet.
- Besondere Entwicklung: Soft-Franchise (stop+go etc.).



## GVO: Folgen für Servicemarkt (1)

- Intra-brand-Wettbewerb
  - Wer qualitative Kriterien erfüllt, muss in das Netz aufgenommen werden, sofern Hersteller mit seinem Netz >30% Anteil am Servicemarkt hat (Erfolg gegenüber Volkswagen, streitig bei MAN)
  - Über 20% der deutschen Vertragswerkstätten sind nicht gleichzeitig Neufahrzeug-Vertragshändler
  - Rettungsanker für gekündigte Vertragshändler und attraktive Chance für freie Betriebe.
  - Aber was sind zulässige qualitative Kriterien?



## GVO: Folgen für Servicemarkt (2)

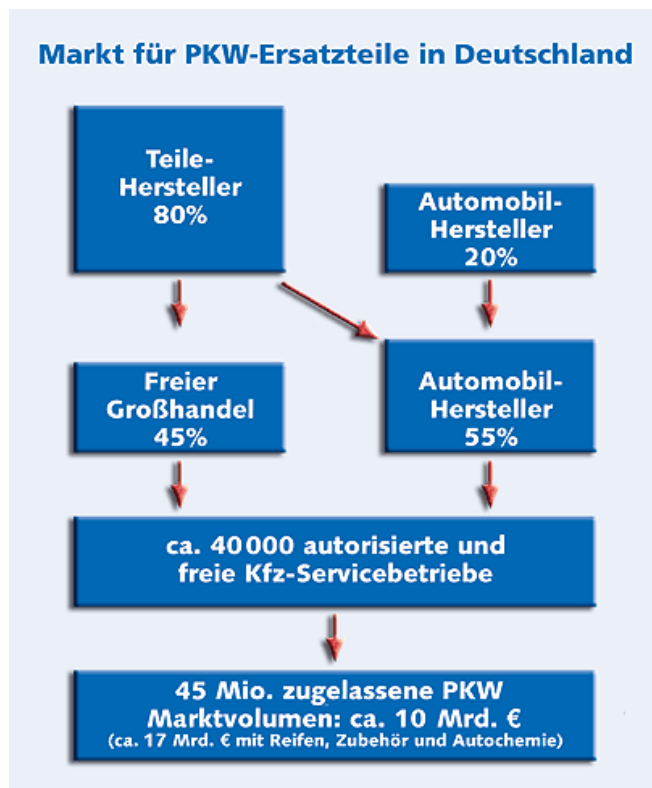
- Wettbewerb mit dem IAM
  - Freie Betriebe haben Anspruch auf Zugang zu denselben Daten, Geräten, Schulungen wie Vertragswerkstätten (Art. 4 Abs. 2 Kfz-GVO).
  - In der Praxis haben Vertragswerkstätten öfters einen Vorsprung, da Zugang für Freie oft zu teuer oder zu kompliziert (IKA-Studie).
  - Europäische Kommission kennt das Phänomen, ermittelt aktuell gegen vier Fahrzeughersteller
  - Ausblick: Entweder Kommission hilft den Freien, oder diese werden ins Quick-Fit-Geschäft abgedrängt



**ersatzteilvertrieb**



## Ersatzteilmarkt 1997-2004



- Gewinnmarge ca. 3%, Tendenz steigend
- Anzahl der Teilegroßhändler steigt um 7.3% (EU)
- Trend: Franchise-Netze von Teile-Herstellern
- Trend: Soft-Franchising durch Kfz-Lieferant
- Trend: Internet-Vertrieb
- Trend in Deutschland: "All-inclusive-Wochen" "Royal Service" "Volvo PRO"



## GVO: Folgen für den Teilemarkt (1)

- Trennung von Teilehandels- und Servicevertrag
  - GVO: Fahrzeughersteller muss qualifizierte Handelsunternehmen als Teile-Großhändler autorisieren
  - Chance, sich auf den Teilegroßhandel zu spezialisieren, wird selten genutzt
- Direktbezug vom Teilehersteller
  - GVO schützt Recht des Zulieferers auf Vertrieb an den Ersatzteilmarkt
  - Praxisproblem: Drohung der anderweitigen Auftragsvergabe, wenn Zulieferer nicht auf Aftermarket verzichtet?



## GVO: Folgen für den Teilemarkt (2)

- Bezug aus dem freien Markt
  - GVO: Vertragswerkstätten dürfen auch qualitativ gleichwertige Ersatzteile verwenden
  - 90% des Warenbezugs (EU) weiterhin beim Kfz-Hersteller
  - Praxisproblem: Bonussysteme
  - Trend: Einfluss von Großkunden auf Auswahl von Werkstatt und Teilen (Leasinggeber, Versicherungen)





**zusammenfassung**



## Halbzeitbilanz im Überblick

- Neufahrzeuge
  - Ausdünnung der Netze begünstigt große, oft überregionale Gruppen
  - Mehrmarkenvertrieb liegt im Trend
- Service
  - Reiner Werkstattvertrag ist attraktiv
  - Zugang zu technischen Informationen entscheidet über Wettbewerb mit freien Werkstattketten
- Ersatzteile
  - Traditionelle Bezugsquellen dominieren weiterhin
  - Wettbewerb entwickelt sich, Internet zeigt erste Einflüsse



## Kontakt



**Dr. Thomas Funke LL.M.**

Rechtsanwalt

**t** +49 221 5108 4060

**f** +49 221 5108 4061

**[thomas.funke@osborneclarke.com](mailto:thomas.funke@osborneclarke.com)**