

Position der IG Metall zum aktuellen Stand der Neuregelung der Gruppenfreistellungsverordnung (GVO)

„Wer in gewachsene Strukturen und Systeme eingreift, muß sich klar machen, was zerstört wird. Es ist ein Anliegen deutscher Politik, dass angedachte Einseitigkeiten vermieden werden“ Gerhard Schröder, Bundeskanzler anlässlich der Eröffnung des neuen Opel-Werkes in Rüsselsheim zum GVO-Entwurf der Europäischen Kommission.
Diesem Anspruch deutscher Politik wird der Entwurf der Europäischen Kommission nicht gerecht.

Struktur der neuen Regelung

Der vorliegende Entwurf beinhaltet tiefgreifende Einschnitte in ein bewährtes Vertriebssystem. Die Strukturen der noch bestehenden GVO werden weitgehend aufgehoben. Service und Verkauf werden voneinander getrennt. Der selektive Vertrieb für Kraftfahrzeuge wird in seinen Bestimmungen schlechter gestellt als der Vertrieb anderer Produkte durch die Schirm-GVO.

Der formale Händlerschutz der bestehenden GVO soll ausgeweitet werden, er kann die strukturellen Benachteiligungen in keinsten Weise kompensieren.

Die Basis für die neue Verordnung ist die bestehende GVO. Elemente der Schirm-GVO werden übernommen.

Die zukünftige Regelung hat ausschließlich die Form und Rechtskraft einer EU-Verordnung.

Als Ende der Laufzeit für die neue Regelung wird Mai 2010 vorgeschlagen.

Sachstand in den einzelnen Themenbereichen

Der selektive und exklusive Vertrieb

Die derzeitige GVO ermöglichte den selektiven und exklusiven Vertrieb. Die Hersteller von Kraftfahrzeugen können die Anzahl ihrer Vertriebspartner festlegen und die Verkaufsgebiete der Vertragspartner untereinander abgrenzen.

Im selektiven und exklusiven Vertrieb kann jeder Hersteller qualitative und quantitative Anforderungen an seine Händler stellen.

Qualitative Anforderungen sind z.B. Beschäftigung qualifizierter Fachkräfte, Gestaltung des Verkaufsraums nach Anweisung des Herstellers, bestimmte Qualitätsstandards im Service.

Quantitative Anforderungen sind z.B. Mengenvorgaben für den Verkauf und – besonders wichtig – Festlegung der Anzahl der im gleichen Absatzgebiet agierenden Händler.

Ebenso verbietet die bestehende GVO den Verkauf von Waren an Wiederverkäufer. Die qualitativen Anforderungen der bestehenden GVO nützen dem Verbraucher, heben sie doch den Qualitätsstandard an. Das bedeutet für die beschäftigten Arbeitnehmer gleichzeitig ein hohes Qualifikationsniveau. Die quantitativen Anforderungen der bestehenden GVO schützen die mittelständischen Händlerbetriebe vor den großen Herstellern. Sie haben eine festgelegte und damit begrenzte Anzahl von Markenkonkurrenten und eine annähernd kalkulierbare Anzahl von Händlern anderer Marken. Damit haben sie die Möglichkeit einzuschätzen, ob, wann und wie sich die Investition rechnet. Mit der Festlegung der Anzahl der im gleichen Absatzgebiet agierenden Händler entsteht auch für den einzelnen Händler ein exklusives Vertriebsgebiet.

In Zukunft sollen Vertriebsnetze nur noch selektiv oder exklusiv gestaltet werden können. Die Wahl trifft der Hersteller. Diese Entscheidung darf jedoch nur der treffen, der im nationalen Markt einen Anteil von unter 40 % hat. (Anmerkung: Das haben im Augenblick alle Hersteller.)

Selektiv heißt nach der geplanten Regelung: Der Hersteller überträgt einer begrenzten Anzahl von Händlern den Vertrieb und stellt an sie qualitative und quantitative Anforderungen. Auch weiterhin ist der Verkauf von Kraftfahrzeugen an Wiederverkäufer nicht zulässig. Händler in einem selektiven Vertriebssystem haben zukünftig jedoch das Recht, aktiv im gemeinsamen Markt zu verkaufen. Für einen Zeitraum von fünf Jahren ist keine Standortklausel vorgesehen, d.h. jeder Händler kann innerhalb des Marktes (Gesamt-Europa) Niederlassungen und Verkaufsstellen eröffnen. Hier entfällt faktisch der Gebietsschutz für den Händler und gleichzeitig die selektive Begrenzung der Verkaufsstellen durch die Hersteller

Exklusiv heißt nach der neuen Regelung: Der Händler darf in dem definierten (exklusiven) Verkaufsgebiet an alle Verbraucher (auch aus anderen Gebieten, wenn sie zu ihm kommen-passives Verkaufsrecht-) und auch an Wiederverkäufer verkaufen. Wiederverkäufer sind z.B. Supermärkte, Re-Importeure oder Internet-Anbieter. Der Internetverkauf ist zulässig.

Schlußfolgerungen: Diese Vorschläge sind schlecht nachvollziehbar und zum Teil widersprüchlich.

Sowohl der selektive als auch der exklusive Vertrieb wird durch die Vielzahl der Beschränkungen faktisch wieder aufgehoben. An die Stelle der bestehenden GVO,

die die Grundlage für bestehende, funktionierende und erfolgreiche Vertriebsstrukturen bildet, treten hochkomplizierte Regelungen, die die Unternehmen und die dort beschäftigten Arbeitnehmer nur behindern.

Die EU-Kommission verfolgt zwei grundlegende Ziele:

Zum einen wird die Festlegung der im gleichen Absatzgebiet agierenden Händler weitgehend aufgehoben. Örtlich soll es also mehr Verkaufsstellen geben. Zum anderen soll den Händlern ein europaweiter Vertrieb ermöglicht werden.

Eine Ausweitung von Verkaufsstellen kann nur von großen Händlerbetrieben oder Niederlassungen der Hersteller geleistet werden – der ohnehin vorhandene Konzentrationsprozess bei Vertrieb und Service (Straffung der Händlerstrukturen) wird rasant beschleunigt. Der europaweite Vertrieb setzt die kleinen Unternehmen in Ländern mit hohem Preisniveau unter Druck.

Viele mittelständische Unternehmen und die Arbeitsplätze dort werden vernichtet, weil jetzt erst recht „die Großen die Kleinen fressen werden“. Nach einer Prognose des Instituts für Automobilwirtschaft (IFA) soll ohnehin die Zahl der selbständigen Automobilhändler von gegenwärtig 17.000 auf 8000 im Jahr 2010 sinken. Dieser Abbau würde sich beschleunigen. Es ist davon auszugehen, dass 100.000 Arbeitsplätze und mit ihnen eine Vielzahl von Ausbildungsplätzen in den kommenden Jahren im Kraftfahrzeughandwerk verloren gehen.

Verbindung zwischen Verkauf und Service

In einem Kommentar zur bestehenden GVO schrieb die EU-Kommission: „Die Verbindung von Kundendienst und Vertrieb ist als wirtschaftlicher anzusehen, als eine Trennung einer Vertriebsorganisation für neue Fahrzeuge einerseits und einer Kundendienstorganisation mit Ersatzteilbetrieb andererseits.“

Diese Erkenntnis der Vorgänger von Herrn Monti wird für die Zukunft noch wichtiger.

- Die Komplexität der Fahrzeuge nimmt zu und damit die fachlichen Anforderungen an Vertrieb und Service. Ein „Angebot aus einer Hand“ bringt da viele Vorteile.
- Technik und Marktentwicklung verlaufen oft parallel. Der Vertrieb spürt Markterfordernisse, die dann technisch umgesetzt werden.
- Garantieleistungen oder Rückrufaktionen werden durch diese Einheit besser gewährleistet.

In der zukünftigen GVO soll die Verbindung zwischen Verkauf und Service aufgehoben werden. Aus der zwingenden Regelung wird eine Kann-Bestimmung. Händler können zwar zukünftig auch den Service anbieten, müssen es aber nicht. Sie können sich auf den Verkauf spezialisieren und (Vertrags-)Werkstätten mit dem Service beauftragen.

Schlußfolgerungen: Durch die Trennung von Verkauf und Service wird ein Trend zu Automegazentren (große Autoverkäufer, sog. Mega-Dealer) einerseits, und spezialisierte, grosse Serviceketten andererseits entstehen. Um nicht in größere Abhängigkeiten zu geraten bzw. Qualitätsniveaus zu halten, werden zunehmend die Hersteller in den sog. Premium-Klassen ihren Vertrieb in die eigene Hand nehmen (Direktvertrieb) und/oder in ein flächendeckendes Netz von Niederlassungen gliedern.

Die Serviceketten oder beauftragte (Vertrags-) Werkstätten haben nicht das einheitliche hohe Qualitätsniveau und die gleiche fachliche Kompetenz wie

herkömmliche Markenhändler mit Verkauf und Service aus einer Hand. Sie werden sich einen massiven Verdrängungswettbewerb liefern, weil der Reparatur- und Überprüfungsaufwand bei Fahrzeugen geringer wird.

Ein zunehmender Direktvertrieb bzw. eine Zunahme von Niederlassungen sowie der Einsatz von beauftragten und spezialisierten Servicewerkstätten werden ebenfalls mittelständische Unternehmen und Arbeitsplätze vernichten.

Der Informationsaufwand für den Verbraucher beim Fahrzeugkauf und der Wahl der Werkstatt wird steigen. Der Verbraucher wird länger nach einem fairen Angebot und guten Serviceleistungen suchen müssen.

Zurecht kritisiert die EU-Kommission in ihren Berichten die Abhängigkeit der Händler von ihren Herstellerwerken. Durch die Entkoppelung von Handel und Service werden neue Abhängigkeiten entstehen. Herstellerwerke auf der einen und kleine Servicebetriebe auf der andere Seite werden in die Abhängigkeit von Handelsriesen kommen. Freie Werkstätten werden zwischen großen Markenhändlern, Direktvertriebssystemen und Niederlassungen aufgerieben und zu den Verlierern gehören.

Gestaltung der Verträge zwischen Hersteller und Händler

Auch zukünftig wird es in der Gruppenfreistellungsverordnung einen formalen Händlerschutz geben, der in einigen Punkten sogar ausgeweitet wurde. Jede Kündigung muss zukünftig begründet werden. Kündigungen, die im Rahmen einer Restrukturierung ausgesprochen werden, werden auch zukünftig einer zweijährigen Kündigungsfrist unterliegen.

Noch untersucht wird, ob ein Händler berechtigt sein wird, Händlerkonzessionen eines anderen Händlers im Netz des Herstellers zu erwerben.

Eine schon heute in der GVO verankerte Schlichtungsstelle soll auf alle Vertragsstreitigkeiten ausgedehnt werden.

Schlußfolgerung: Der gestärkte Händlerschutz ist zu begrüßen, er kompensiert jedoch nicht die weiteren Nachteile der Verordnung.

Mehrmarkenvertrieb

In der bestehenden GVO ist der Mehrmarkenvertrieb durch einen Händler bereits erlaubt. Der Verkauf mußte allerdings getrennt erfolgen. Dabei mußten vier Vorschriften (1. getrennte Verkaufslokale, 2. getrennte Geschäftsführung, 3. getrennte Rechtspersönlichkeit, 4. Verwechslung der Marken muß ausgeschlossen sein) eingehalten werden. In der Zukunft sind nur noch zwei Kriterien zu beachten. Die Trennungen im Verkauf und damit die Unterscheidbarkeit der verschiedenen Marken nimmt ab.

Schlußfolgerung: Es ist nicht nachzuvollziehen, weshalb eine stärkere

Vermischung von Marken bei einem Verkauf durch einen Händler zu mehr Wettbewerb und günstigen Preisen führen wird.

Preisgestaltung

Die bestehende GVO verbietet bestimmte Preisnachlaßsysteme von Herstellern gegenüber Händlern. Einige Hersteller haben gegen diese Regelung verstoßen und sind bestraft worden. Ein Verstoß gegen eine EU-Richtlinie rechtfertigt nicht ihre Änderung.

Preisunterschiede im EU-Raum sind insbesondere durch unterschiedliche Steuersysteme in den Mitgliedsstaaten begründet.

Eine EU-Untersuchung hat nachgewiesen, daß es bei manchen Produkten einzelner Marken – unter Berücksichtigung unterschiedlicher Steuerniveaus – Preisunterschiede von bis zu 20 % gibt. Die IG Metall führt dieses auf regionale Gegebenheiten, z.B. die lokale Durchsetzbarkeit höherer Preise wegen höherer Kaufkraft, zurück.

Preisvorteile von bis zu 30 %, wie sie den Verbrauchern versprochen werden, werden sich in der Praxis nicht realisieren lassen. Schon heute ist die Umsatzrendite im Kfz-Handel aufgrund eines scharfen Wettbewerbs gering.

Aufgrund des scharfen Wettbewerbs im Automobilhandel ist davon auszugehen, dass die Preise in Europa nicht reduziert, sondern orientiert am Höchstpreis ausnivilliert werden.

Die unrealistischen Preisversprechungen führen beim Kunden zu Kaufrückhaltung und werden sich negativ auf die derzeitige konjunkturelle Lage auswirken.

Kurz- und mittelfristig wird sich der Wettbewerb verschärfen. Langfristig ist davon auszugehen, dass durch eine Konzentration des Handels weniger Wettbewerb stattfindet und damit die Verbraucherpreise steigen werden.

Fazit

Die IG Metall spricht sich gegen den vorliegenden Entwurf der Europäischen Kommission einer Gruppenfreistellung aus. Durch die Regelungen im vorliegenden Entwurf wird die Automobilindustrie benachteiligt und die mittelständischen Unternehmen des Kfz-Handwerks und damit die vielen Arbeits- und Ausbildungsplätze gefährdet. Sie fördern schon vorhandene Konzentrationsprozesse und bestärken damit den Trend zu Großbetrieben und Direktvertriebssystemen. Bewährte und erfolgreiche Vertriebsstrukturen werden durch komplizierte, bürokratische Regelungen unnötig belastet. Mit der Neuregelung verbinden sich Versprechungen an die Verbraucher, die in der Realität nicht einzuhalten sind. Mit den starken Einschnitten in die bestehenden Vertriebsstrukturen wird es kurz- und mittelfristig zu massiven Entlassungen insbesondere in den markengebunden Unternehmen kommen. Bis zu 100.000 Arbeitsplätze werden in den mittelständischen Betrieben des Kraftfahrzeughandwerks verloren gehen. Es ist nicht davon auszugehen, dass die Beschäftigten der Markenhändler kurzfristig Arbeitsplätze in anderen Betrieben erhalten werden. Auch mittel- und langfristig wird der Verlust der Arbeitsplätze nicht kompensiert werden, da große Händlerbetriebe,

Handelsketten oder Niederlassungen nicht mit der gleichen Personaldichte arbeiten, wie sie in den bestehenden Strukturen des Mittelstandes üblich sind.

Durch ihre herausragende Ausbildungsbereitschaft haben die Betriebe des Kraftfahrzeughandwerks in den vergangenen Jahren eine große gesellschaftspolitische Verantwortung bewiesen. Mit dem zu erwartenden Verlust an mittelständischen Betrieben werden viele Ausbildungsplätze für immer vernichtet.

Der Wunsch nach vermeintlich günstigeren Preisen wird mit dem Verlust an Arbeitsplätzen bezahlt. Wettbewerb findet nicht allein über den Preis statt. Die EU-Kommission betreibt eine verfehlte Politik.

Bestehende GVO weiter entwickeln

Die IG Metall spricht sich für eine Weiterentwicklung der Gruppenfreistellungsverordnung aus und unterstützt das Ziel der Europäischen Kommission, die Autopreise in Europa zu nivellieren. Dieses Ziel wird aber nicht alleine durch eine Angleichung der Händlerpreise, sondern nur über eine dringend notwendige Vereinheitlichung des Steuersystems in Europa erreicht werden.

Der Ausbau des Internetverkaufs im bestehenden Entwurf ist zu begrüßen. Er wird zu einer Nivellierung der Händlerpreise führen. Diese Maßnahme würde an Effizienz gewinnen, wenn Händlern erlaubt würde, Fahrzeuge an Händler der gleichen Marke zu liefern. Die Herstellerwerke müssten gleichzeitig verpflichtet werden, entsprechende Fahrzeuge unmittelbar an den weiterverkaufenden Markenhändler zu liefern.

Die IG Metall begrüßt die Erweiterung des Händlerschutzes. Ein erweiterter Händlerschutz wird zum markeninternen Wettbewerb beitragen. Der Intra-brandwettbewerb sollte durch eine Erweiterung des passiven Verkaufs außerhalb des Verkaufsgebietes gefördert werden.

Die Rechte der freien Händler müssen erweitert werden. Der Zugang zu technischen Daten und Weiterbildungsmaßnahmen der Herstellerwerke sollte in der GVO festgeschrieben werden.