

Interne Mitteilung



Von
Mag. Christoph Wychera/EB
BGr. H18/B4 38/3330

An
BSH Herrn Dr. Seeliger

Wirtschaftskammer Österreich
Bundessparte Handel
Bundesgremium des
Fahrzeughandels
Wiedner Hauptstr. 63 | Postfach 440
A-1045 Wien
T (0)5 90 9003204 | F (0)5 90 900292
E fahrzeughandel@wko.at
W <http://www.kfzweb.at/wk>

Datum
17.9.2009

Reform: EU Gruppenfreistellungs-VO Kfz

Das Bundesgremium des Fahrzeughandels nimmt zur Mitteilung der Kommission über den künftigen wettbewerbsrechtlichen Rahmen für den Kfz-Sektor vom 22.7.2009 wie folgt Stellung:

Der österreichische Fahrzeughandel ist besorgt darüber, dass die Europäische Kommission in Zeiten von massiven wirtschaftlichen Turbulenzen aufgrund der Finanzkrise mit unabsehbaren Folgewirkungen für die Zukunft eine weitreichende Änderung des rechtlichen Rahmens für den Vertrieb von Kraftfahrzeugen plant.

Die österreichischen Kfz-Betriebe, bestehend aus ca. 5.600 klein- und mittelständischen Unternehmungen verlangen mit Nachdruck, dass ihre Bemühungen, mit der gegenwärtigen wirtschaftlichen Situation zurecht zu kommen, nicht durch willkürliche und sehr kurzfristige Änderungen des rechtlichen Rahmens beeinträchtigt oder sogar behindert werden.

Die von der Kommission vorgelegten vier Optionen für die Zukunft des wettbewerbsrechtlichen Rahmens für den Kfz-Sektor nach Juni 2010 sind nicht geeignet, die Kfz-Betriebe auf verlässliche rechtliche Rahmenbedingungen vertrauen zu lassen!

Es wird daher angesichts der derzeitigen globalen wirtschaftlichen Unsicherheit mit Nachdruck gefordert, die derzeitige Kfz-GVO 1400/2002 unverändert über das Jahr 2010 hinaus zu verlängern.

Für diese Forderung sprechen folgende Argumente, welche durch die Ausführungen von Dr. Gugerbauer in seinem „Rechtsgutachten zum wettbewerbsrechtlichen Rahmen der EU für den Kfz-Sektor ab dem Juni 2010“ untermauert werden (**Gutachten siehe Anlage**, Zitate aus dem Gutachten werden mit der entsprechenden Seitenangabe in Paranthese angeführt):

1.) Zur Bedeutung des Mehrmarkenvertriebes:

Die Möglichkeit, mehrere Marken auch ohne Zustimmung des Herstellers/Importeurs zu vertreiben, wird vom klein- und mittelständischen Fahrzeughandel als überlebensnotwendig angesehen.

„Die Schlussfolgerung der Kommission, dass die Erleichterung des Mehrmarkenvertriebes durch die Verordnung Nr. 1400/2002 allenfalls auf dem portugiesischen Markt Auswirkungen gezeigt haben könne, ist daher völlig unzulässig. Wie oben ausgeführt wurde, wurde von London Economics nur die Entwicklung in 12 von insgesamt 27 Mitgliedstaaten analysiert, und die Untersuchung des auf das Inkrafttreten der neuen Verordnung unmittelbar folgenden Jahres 2004 lässt im Hinblick auf die rechtlich, finanziell, technisch und personell erforderliche Vorbereitungszeit für die Etablierung eines Mehrmarkenvertriebs keine Analogie auf die Jahre 2005 bis 2008 zu. Am ehesten scheint sich zu bestätigen, dass die Möglichkeiten des Mehrmarkenvertriebs jedenfalls in den größeren „Beitrittsländern“ genutzt wurden, um im Jahr 2004 neue Händlernetze einzurichten und bestehende zu erweitern.“ (Zitat Seite 30)

„Die Kommission macht geltend, dass gerade 5 % aller Händler EU-weit Neufahrzeuge unterschiedlicher Hersteller im gleichen Schauraum präsentieren würden (*ergänzende Anmerkung des Bundesgremiums: In vielen Ländern (z.B. in Skandinavien) war schon vorher der Mehrmarkenvertrieb problemlos möglich. In Österreich war man diesbezüglich sehr restriktiv, obwohl unsere Topographie den Mehrmarkenvertrieb aus wirtschaftlichen Gründen voraussetzen würde*) und entsprechende Verkäufe gerade 1 % aller Kaufabschlüsse erreichten. Dabei stützt er sich auf die Analyse von ESMT (S. 1). Tatsächlich hat ESMT aber nur die Auswirkungen des Mehrmarkenvertriebs in einer beschränkten Anzahl der Mitgliedstaaten mit einer beschränkten Anzahl von Marken überprüft. Das Ergebnis wurde nicht auf alle Marken in den Mitgliedsstaaten hochgerechnet. So wurden die Volumensmarken Volkswagen, Citroen oder Opel/Vauxhall von der Berechnung ausgeschieden. Von den berücksichtigten Marken in den berücksichtigten Mitgliedstaaten wurden wiederum nur jene Marken bewertet, welche zwischen den Jahren 2002 und 2007 ausgehend von einem sehr kleinen Marktanteil zumindest 1 % hinzugewonnen haben. Für diese Marken wurde errechnet, dass es zu einem Verkauf von (zusätzlich) 161.330 Neufahrzeugen gekommen sei, was gegenüber den im Jahr 2007 gemeinschaftsweit verkauften 15,6 Millionen Neufahrzeugen einen Anteil von etwas mehr als 1 % ausmache (ESMT, S. 63ff., 68). Hätte man in dieser Berechnung alle 27 Mitgliedstaaten, alle wesentlichen Kfz-Hersteller (insbesondere die Volumensmarken Volkswagen, Citroen und Opel/Vauxhall) und nicht nur Zuwächse innerhalb eines bestimmten Spektrums berücksichtigt, hätte sich ergeben, dass der Verkauf von Neufahrzeugen durch Mehrmarkenhändler im gehobenen zweistelligen Bereich liegt.“ (Zitat Seite 31)

„Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es im Abschnitt 2 des Impact Assessment Reports („WARUM?“) nicht gelingt, plausibel aufzuzeigen, weshalb eine Änderung des wettbewerbsrechtlichen Rahmens für den Kfz-Sektor erforderlich sein soll. Die Ausführungen leiden zudem darunter, dass sie sich vielfach auf veraltete Daten (Studie von London Economics, welche wesentlich die Auswirkungen der Verordnung Nr. 1475/95, aber nur das erste Jahr der seit sechs Jahren in Kraft befindlichen Verordnung Nr. 1400/2002 erfasst) stützten. Es gibt keinen empirischen Nachweis, dass die zur Erleichterung des Markteintrittes

bestimmten Regelungen der Verordnung Nr. 1400/2002 (insbesondere betreffend die Zulassung des Mehrmarkenvertriebs) nicht länger erforderlich wären, weil sie ohnedies nicht genutzt würden: Die Entwicklung auf den mittelosteuropäischen Märkten im zeitlichen Zusammenhang mit dem Beitritt dieser Länder zur EU scheint eher anzudeuten, dass der Mehrmarkenvertrieb für die mit der Vorbereitung und Durchführung des Beitritts verbundenen Neustrukturierung der Kfz-Vertriebsmärkte genutzt wurde, mit anderen Worten auf regionalen Märkten den Marktzutritt erleichtert hat.“ (Zitat Seite 40)

„Das im IAR bemühte Argument, dass die von der Verordnung Nr. 1400/2002 geforderte Zulassung des Mehrmarkenvertriebs und der Errichtung von Verkaufsstellen / oder Auslieferungsorten von Händler an zusätzlichen Standorten die Erhöhung der Standards provoziert und damit zu einer maßgeblichen Erhöhung der Investitionskosten geführt hätte, welche letztlich von den Verbrauchern zu tragen seien, übersieht, dass es sich bei der Erhöhung der Standards keinesfalls um eine „Gegenstrategie“ gegen den Mehrmarkenvertrieb handelte (siehe Punkt 5.1.n. des Gutachtens).

Daraus lässt sich schließlich ableiten, dass sich der Wunsch nach einer Aufhebung der Bestimmungen der Verordnung Nr. 1400/2002 aus der Sicht des Wettbewerbsrechtes nicht selbst erklärt, sondern dass eine derartige Aufhebung nur dann gerechtfertigt wäre, wenn anstelle der Verordnung Nr. 1400/2002 eine solche treten würde, welche inter-brand und intra-brand Wettbewerb noch „strenger“ schützen würde (vgl. Erwägungsgrund 2 zur Verordnung Nr. 1400/2002).“ (Zitat Seite 41)

Aus obigen Ausführungen von Dr. Gugerbauer ist entnehmbar, dass der Mehrmarkenvertrieb entgegen der Darstellung der Kommission sehr wohl von Bedeutung ist. Gerade in Regionen abseits von Ballungszentren ist es für die Händler von großer Bedeutung, ihren Standort durch den Vertrieb von mehreren Marken abzusichern. Insbesondere in dünn besiedelten, entlegenen Gebieten, welche in Österreich topographisch bedingt zahlreich vorzufinden sind, sind die Händler auch auf den Vertrieb mehrerer Marken aus einem Schauraum heraus angewiesen. Durch die in der Schirm-GVO eingeräumte Möglichkeit der Verpflichtung zum Bezug von bis zu 80% vom Lieferanten wird der Vertrieb mehrerer Marken von der Zustimmung des Herstellers/Importeurs abhängig gemacht.

Es wird daher nachdrücklich gefordert, auch für die Zukunft in der Schirm-GVO die Möglichkeit einzuräumen, dass ein Händler in einem selektiven Vertriebsnetz auch ohne Zustimmung des Herstellers mehrere Marken vertreiben können muss.

2.) Zugang zum autorisierten Werkstättenetz:

Die GVO 1400/2002 sieht vor, dass Netze autorisierter Werkstätten, welche einen Marktanteil von 30 % überschreiten, als qualitativ selektiv eingerichtet werden müssen. Der Marktanteil faktisch aller Werkstättenetze liegt über 30 % und sind diese daher als qualitativ selektive Netze organisiert.

Der Übertritt des Aftersales-Bereiches von der Kfz-GVO aus dem Wirkungsbereich der Kfz-GVO in den Wirkungsbereich der Schirm-GVO ab 1.6.2010 hätte folgende weitreichende Konsequenzen:

„Während das Überschreiten der 30 % Marktanteils-Schwelle nach der Verordnung Nr. 1400/2002 dazu führt, dass der Hersteller das - unterhalb dieser Schwelle zulässige - quantitativ selektive Vertriebssystem gegen ein qualitativ selektives Vertriebssystem tauschen muss, um im Rahmen der Verordnung die Freistellung vom Kartellverbot in Anspruch nehmen zu können (was bewirkt, dass der Hersteller allen Werkstätten, welche die von ihm geforderten qualitativen Standards erfüllen einen Vertrag anbieten muss), führt das Überschreiten der 30 % Marktanteilsschwelle bei der Verordnung Nr. 2790/1999 („Schirm-GVO“), bzw. bei deren Nachfolge-Verordnung, dazu, dass eine Freistellung vom Kartellverbot nur individuell nach Maßgabe von Art. 81 Abs. 3 EG erreicht werden kann.

Da die „Schirm-GVO“ (bzw. deren Nachfolge-Verordnung) das qualitativ selektive System freistellungsmäßig nicht mehr „privilegiert“, ist es naheliegend, dass sich die Hersteller bei der Neugestaltung ihrer Werkstättenetze am quantitativ selektiven System orientieren, welches ihnen die volle Kontrolle über die Mitgliedschaft im Werkstätten-Netz ermöglicht. (Zitat Seite 47).

Deshalb sollte in der GVO Vertikaler Vertrieb geregelt werden, dass, wie derzeit in der Kfz-GVO, bei einem Marktanteil von mehr als 30% im Servicenetz, nur ein qualitativ selektives Servicenetz vom Wettbewerbsverbot freigestellt werden kann.

3.) Sektorspezifische Leitlinien:

Die Kommission sieht in Option 3 vor, zusätzlich zur allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Vereinbarungen (Schirm-GVO) sektorspezifische Leitlinien zu erlassen. Es ist bislang kein entsprechender Entwurf einer Leitlinie vorliegend und können daher mögliche Auswirkungen auf den Wettbewerb derzeit nicht beurteilt werden. Abgesehen davon hat diese Option zur Konsequenz, dass Verstöße gegen Art. 81 EG gem. Art. 5 der VO Nr. 1/2003 des Rates nicht mehr von der Europäischen Kommission sondern von den nationalen Wettbewerbsbehörden und Gerichten zu verfolgen sind. Eine Leitlinie der Kommission bindet jedoch nur diese selbst, aber weder die nationalen Wettbewerbsbehörden noch gar die nationalen Gerichte!

Mit der Option 3 würden die strikten und EU-weit einheitlich anzuwendenden wettbewerbsrechtlichen Regelungen durch „Softlaw“ ersetzt. Dies ist vehement abzulehnen!

Unsere Erfahrungen mit einem Code of Conduct sind ernüchternd, da, obwohl der Verband der Automobilimporteure eine kostendeckende Garantievergütung empfiehlt, tatsächlich die Vergütungen für Garantieleistungen um bis zu 23% niedriger erfolgen, als der Endkundenpreis für Werkstattleistungen (Vergleich BRD 5 %).

4.) Zugang zu technischen Informationen:

Die derzeitige Kfz-GVO macht eine Freistellung vom Kartellverbot davon abhängig, dass der Hersteller unabhängigen Werkstätten den Zugang zu den für die Instandsetzung und Wartung ihrer Kraftfahrzeuge erforderlichen technischen Informationen, Diagnosen und anderen Geräten und Werkzeugen etc. nicht verweigert. Durch diese Bestimmung wurden unabhängige Werkstätten in die Lage versetzt, als Wettbewerber autorisierter Werkstätten aufzutreten. Für Modelle,

welche nach 2009 auf den Markt gebracht werden, sieht die Verordnung Nr. 715/2007 die Weitergabe technischer Informationen vor.

Ein Verzicht auf die bisherige GVO 1400/2002 ist damit jedoch nicht rechtfertigbar:

„Die Verordnung Nr. 715/2007 regelt, dass ein Hersteller für den Erhalt einer Typengenehmigung den diskriminierungsfreien Zugang zu seinen Reparatur- und Wartungsinformationen nachweisen muss. Es genügt aber, wenn der Hersteller diesen Nachweis erst (innerhalb von sechs Monaten) nach Erteilung der Typengenehmigung erbringt. Hält der Hersteller diese Frist nicht ein, ist die nationale Typengenehmigungsbehörde für die Erlassung von Sanktionen zuständig, deren Rahmen von den einzelnen Mitgliedsstaaten in eigener Verantwortung festzulegen ist.

Dies ist natürlich gegenüber der potenziellen Sanktion der Verordnung Nr. 1400/2002, nach Art. 6 Abs. 1 den Entzug der Freistellung des gesamten Vertriebssystems (also nicht nur bezüglich des betreffenden Modells) vom Kartellverbot zu verlieren, bzw. der Verordnung Nr. 1/2003 des Rates, wegen eines Verstoßes gegen Art. 82 EG zu einer Geldbuße in der Höhe von bis zu 10 % des weltweiten jährlichen Umsatzes verpflichtet zu werden, kein wirkungsvoller Rechtsschutz. (Zitat Seite 137)

Da die Bestimmungen für die Typengenehmigung nur für Neufahrzeuge relevant sind, muss für die Möglichkeit der Reparatur von bereits in Verkehr befindlichen Fahrzeugen ein freier Zugang zu technischen Informationen in der Schirm-GVO verankert werden.

5.) Rechtssicherheit:

Die Kommission hat in ihrem Evaluierungsbericht festgestellt, dass die komplexe und sehr detaillierte Fassung der GVO 1400/2002 zu weitverbreiteten Missverständnissen und zu einer Verunsicherung der Marktteilnehmer geführt hätte. Das Fehlen der Vorhersehbarkeit würde zusätzliche Kosten verursachen, insbesondere für KMUs, von denen die Honorarnoten der Rechtsanwälte nur einen Teil ausmachen würden.

„Die Annahme jedoch, dass die sogenannten „Compliance-Kosten“ durch einen Übergang von der Verordnung Nr. 1400/2002 auf die Schirm-GVO reduziert werden könnten, ist aus folgenden Gründen verfehlt:

Die mit dem Wechsel der zuständigen Verordnung verbundene Änderung der Marktanteilsschwelle (bei der Schirm-GVO einheitlich 30 %) führt für eine Vielzahl der Verträge (für die Vertriebsverträge von Herstellern, die in den entsprechenden nationalen Märkten über einen Anteil von mehr als 30 % verfügen, sowie für die bisher qualitativ selektiv strukturierten Werkstättenverträge) zum Verlust der Freistellung vom Kartellverbot durch die Verordnung, was bedeutet, dass die Freistellung von den Vertragsparteien individuell nach Maßgabe der Bedingungen des Art. 81 Abs. 3 EG abzuschätzen ist. Der Wechsel von den - jedenfalls relativ - klaren Bestimmungen einer Gruppenfreistellungs-Verordnung zur individuellen Selbsteinstufung erhöht klarerweise die Rechtsunsicherheit und damit automatisch die Compliance-Kosten.

Dies gilt auch für den Fall, dass die Schirm-GVO im Lichte von „Leitlinien“

auszulegen sind, ob es sich dabei nun um die geltenden Leitlinien für vertikale Beschränkungen, um den Entwurf der Leitlinien für die künftige Schirm-GVO oder auch um sektorspezifische Leitlinien für den Kraftfahrzeugsektor handelt. Leitlinien schaffen kein Recht, sondern interpretieren nur bestehendes Recht, darüber hinaus binden sie nur die Europäische Kommission, die aber seit Inkrafttreten der Verordnung Nr. 1/2003 des Rates die Zuständigkeit für Wettbewerbsverfahren an die nationalen Wettbewerbsbehörden und Gerichte abgetreten hat, welche an Verordnungen (wie etwa die Verordnung Nr. 1400/2002), jedoch nicht an Leitlinien der Kommission gebunden sind. Auch dies erhöht die Rechtsunsicherheit und trägt zu erhöhten Compliance Kosten bei. Wegen der Unverbindlichkeit der Leitlinie besteht die konkrete Gefahr voneinander abweichender Auslegungen durch die einzelstaatlichen Gerichte, was dann wirklich zu der von der Kommission bereits heute beklagten Belastung als *amicus curiae* führen müsste.“ (Siehe Seiten 99-101)

„Zur Frage möglicher Prozesskosten macht der IAR geltend, dass es ja möglich wäre, das (in der Verordnung Nr. 1400/2002 verpflichtend, in der Schirm-GVO dagegen überhaupt nicht vorgesehene) Schiedsverfahren in eine Selbstverpflichtung (Code of Conduct) der Marktteilnehmer und dadurch in die Händler- und Werkstättenverträge zu übernehmen.

Dass eine solche, vom Goodwill der Hersteller abhängige, Entwicklung kein Ersatz für eine verbindliche Rechtsvorschrift sein kann, werden auch die Autoren des IAR nicht bestreiten können.“ (Zitat 102/103)

6. Kündigungsfrist und Begründungspflicht:

Die Kommission beabsichtigt, die Bestimmung des Art. 3 der Kfz-GVO 1400/2002 im zukünftigen wettbewerbsrechtlichen Rahmen für den Kfz-Vertrieb nicht mehr zu übernehmen. Dies führt zu einem wettbewerbshemmenden Verhalten der Marktteilnehmer.

„Offenkundig hat die Kommission im Jahr 2002 bei Erlassung einer Sonderregelung für den Kraftfahrzeugsektor (Art. 83 Abs. 2 lit. c EG) die Gefahr als erheblich eingestuft, dass Hersteller die Kündigung von Händler- und Werkstättenverträgen als Druckmittel einsetzen könnten, um allzu aktives Marktverhalten, insbesondere intra-brand Wettbewerb, auf ein dem Hersteller genehmes Maß einzudämmen. Dadurch, dass die Hersteller gezwungen sein sollten, eine objektive und transparente Begründung, mit anderen Worten eine nachprüfbare Begründung (Art. 3 Abs. 6 lit. g Verordnung Nr. 1400/2002) für eine Kündigung zu geben, sollte gegenüber den Herstellern unübersehbar eine generalpräventive Wirkung entfaltet werden. Gleichzeitig sollte bei den Vertragshändlern das - von der Kommission gewollte - Bewusstsein gestärkt werden, dass aktives Marktverhalten von den Herstellern nicht mit Kündigung bestraft werden dürfe. Wer diese Präventivwirkung schwächt (wie dies mit einem Ersatz der Verordnung Nr. 1400/2002 durch die „Schirm-GVO“ verbunden wäre), schwächt die Abschreckungswirkung von Art. 81 Abs. 1 EG. Dies bezieht sich natürlich nicht nur auf Art. 3 Abs. 4 der Verordnung Nr. 1400/2002, sondern auch auf andere Bestimmungen dieser Verordnung, so dient etwa die Kündigungsfrist von zwei Jahren erkennbar dem Ziel, dass Risiko eines Händlers, durch eine vom Hersteller nicht gewünschte wettbewerbsfördernde Maßnahme eine kurzfristige Vertragskündigung und damit den Verlust nennenswerter

Investitionen zu erleiden, zu reduzieren und damit einen wettbewerbsstimulierenden Effekt auszulösen. (Zitat S 92)

Auf Grund der Initiative der ACEA und der Änderung der Schirm-GVO ist eine zweijährige Kündigungsfrist und die Begründungspflicht in der GVO Vertikaler Vertrieb zu verankern.

7.) Übertragung des Unternehmens:

Gem. Kfz-GVO 1400/2002 hat der Händler das Recht, auch ohne Zustimmung des Herstellers sein Unternehmen an einen Vertragshändler desselben Markennetzes zu verkaufen. Diese Möglichkeit würde nach den Vorstellungen der Kommission wegfallen. Die Möglichkeit, sein Unternehmen an einen Markenkollegen verkaufen zu können, gibt den Händlern einen wirtschaftlichen Spielraum und eine Sicherheit, ihr Unternehmen gewinnbringend oder zumindest verlustminimierend an einen anderen Unternehmer zu verkaufen. Eine Änderung dieser Möglichkeit würde sich auch auf die Kreditkonditionen für die fremdfinanzierten Händler auswirken.

Gerade weil diese Möglichkeit so bedeutend ist, wird gefordert, dass in Zukunft nicht nur der Verkauf an einen Markenkollegen rechtlich vorgesehen sein muss, sondern generell der Verkauf an jeden beliebigen Unternehmer ermöglicht werden muss.

Eine entsprechende Bestimmung ist in der GVO Vertikaler Vertrieb aufzunehmen.

8.) Generelle Kritik:

„Angesichts der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Kfz-Sektors (Handel und Werkstätten beschäftigen in der EU 2,8 Millionen Mitarbeiter, die Fahrzeugindustrie 2,3 Millionen) und angesichts des Umstandes, dass in der EU rund 250 Millionen Kraftfahrzeuge in Verwendung stehen, was mit massiven Auswirkungen auf das Gesundheitswesen (Verkehrsunfälle und Verkehrstote) und die Umwelt (Beschleunigung des Klimawandels durch die CO₂-Belastung) verbunden ist, scheint der dogmatische Ansatz, den Kfz-Sektor um jeden Preis mit dem Textil- und Blumenhandel einer gemeinsamen wettbewerbsrechtlichen Regelung unterstellen zu müssen, verfehlt.“

Ein System, welches zwar an den hohen Standards nichts ändert (weil die Erhöhung der Standards ja nichts mit einer „Gegenstrategie“ gegen den Mehrmarkenvertrieb zu tun hatte), aber Vertragskündigungen ohne objektive und transparente Begründung (welche die Kündigung wegen vom Hersteller nicht gewünschter wettbewerbsfördernder Aktivitäten des Händlers ausschließt) zulässt und die bisher vorgesehene zweijährige Kündigungsfrist durch einen nach allgemeinen Zivilrechtsregeln zu bemessende (in der Regel sechs Monate) ersetzen lässt, erhöht das Risiko einer suboptimalen Allokation volkswirtschaftlicher Ressourcen im Handel und auf den After Sales-Märkten.“ (Zitat Seite 143/144)

Unter Berücksichtigung obiger Ausführungen und insbesondere im Hinblick auf die massiven Auswirkungen einer Änderung des derzeitigen rechtlichen Rahmens, werden vom österreichischen Fahrzeughandel folgende Forderungen mit Nachdruck gestellt:

- Einen verbindlichen rechtlichen Rahmen auf europäischer Ebene und kein Softlaw mit einer fragwürdigen Rechtsdurchsetzung auf nationaler Ebene!
- Verlängerung der Kfz-GVO ohne Trennung von „Primärmarkt“ und „Sekundärmarkt“ in GVO - Mini-GVO - Leitlinien auf Grund der 2005 getätigten Investitionen!
- Fortsetzung der Kfz-GVO über das Jahr 2013 hinaus bzw. Übernahme der entsprechenden Bestimmungen in die GVO Vertikaler Vertrieb.
- Aufrechterhaltung der Möglichkeit mehrere Marken zu vertreiben, insbesondere auch aus einem Schauraum heraus.
- Die Bestimmung über die zweijährige Kündigungsfrist gemäß bisherigem Art. 3 ist in die Schirm-GVO aufzunehmen.
- Die Bestimmung über die Begründungspflicht bei der Kündigung gem. bisherigem Art. 3 ist in die Schirm-GVO aufzunehmen.
- Beibehaltung der Bestimmungen über den Zugang zu technischen Informationen gem. bisherigem Art. 4 Abs. 2.
- Beibehaltung der Bestimmungen zu Serviceverträgen bezüglich qualitativer Selektion im Servicebereich.
- Die Möglichkeit des Verkaufes des Unternehmens an einen beliebigen Unternehmer ohne Einschränkung auf einen Vertragspartner derselben Marke.

Generell wird auf die Ausführungen zu Beginn der Stellungnahme verwiesen, wonach die Beibehaltung des derzeitigen Rechtsrahmens für den Kfz-Sektor dringend geboten erscheint.

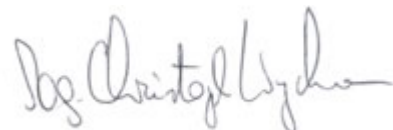
Freundliche Grüße

BUNDESGREMIUM DES FAHRZEUGHANDELS

Der Obmann:

KommR Mag. Dr. Gustav Oberwallner, MBA e.h.

Der Geschäftsführer-Stv.:



Mag. Christoph Wychera

Anlage