

Web-TV

Nachrichtensendungen, Firmenporträts, Produktvorführungen und – ganz wichtig – die wichtigsten Fahrzeug-Neuvorstellungen in bewegten Bildern: Das bieten wir Ihnen auf AUTOHAUS Online im Bereich Web-TV. Dort können Sie u.a. noch einmal die wichtigsten Messen des Jahres 2006 und 2007 Revue passieren und die neuesten Automodelle vorfahren lassen. Sehen Sie fern unter: www.autohaus.de/tv

Rundfunkgebühren

Gebrauchtwagenhändler müssen für Radios in ihren für den Verkauf bestimmten Fahrzeugen Rundfunkgebühren zahlen. Für Wechselkennzeichen jedoch gilt die Gebührenpflicht nicht, entschied kürzlich das Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz. Das Vorhalten eines roten Kennzeichens erfülle keinen Gebührentatbestand, so die Richter. Mehr zu dem Urteil finden Sie unter: www.autohaus.de/gez-urteil

Zeitschrift online

Abonnenten oder Interessenten der Zeitschrift AUTOHAUS stoßen online unter der Rubrik „Zeitschrift“ jetzt auf einen erweiterten, kundenfreundlich gestalteten Servicebereich inklusive eines Heftarchivs, einer direkten Bestellmöglichkeit des Magazins, einem Inhaltsverzeichnis des aktuellen Heftes sowie Formularen, die eine schnelle Interaktion mit unserem Service-Center ermöglichen, wenn es einmal Fragen oder Probleme mit der Zustellung gibt.



GVO-EINFLÜSSE

Service-Standards

Die tatsächliche Handhabung der GVO in der Vergangenheit wird auf die Gestaltung der Nachfolgeregelung Einfluss haben. Ein Thema war dabei immer wieder die Ausgestaltung der qualitativen Standards. Hierzu hat die EU-Kommission in der Vergangenheit einige Klarstellungen vorgenommen, die auch zukünftig von Bedeutung sind. Rechtsanwalt Uwe Brossette, Automobilvertriebsrechtsexperte aus Köln, weist darauf hin, dass die Kommission schon im Frühjahr 2006 hinsichtlich der qualitativen Anforderungen klare Feststellungen getroffen hat, die auch über die aktuelle GVO hinaus Wirkungen haben werden. Die Kommission hatte BMW und GM nach umfangreichen Untersuchungen aufgefordert, die bis dahin praktizierten vertraglichen Regelungen zu ändern, die die betroffenen Händler und Werkstätten am Verkauf oder an der Reparatur von Kraftfahrzeugen konkurrierender Autohersteller hinderten, und dass alle Kfz-Werkstätten, die die erforderlichen Qualitätsstandards erfüllen, Mitglieder des Vertragsnetzwerks werden können.

Korrekturen durchgesetzt

BMW musste ausdrücklich klarstellen, dass BMW-Händler und -Werkstätten ihre Räumlichkeiten für den Vertrieb und die Reparatur von Fahrzeugen anderer Hersteller nutzen dürfen. Außerdem musste BMW die Verwendung einer nicht-herstellerspezifischen IT-Infrastruktur und nicht-herstellerspezifischer Verwaltungssysteme (einschließlich Buchführungsmethode und Kontenrahmen) ermöglichen. Weiterhin musste die Verpflichtung der Händler und Werkstätten, sensible Daten über ihr Geschäft mit anderen Marken gegenüber BMW offen zu legen, gestrichen werden. Die Anforderungen an die Mindestkapazitäten von Werkstätten wurden auf Druck der EU von BMW auf das objektiv erforderliche Maß gesenkt; es wurde auf alle quantitativen Vorgaben verzichtet, die unmittelbar zu einer Begrenzung der Zahl zugelassener Werkstätten in einem bestimmten Gebiet führten. Ferner musste BMW den Werkstätten erlauben, ihre gesamte Werkstattausrüstung, Werkzeuge, IT-Hardware und -Software auch von anderen Zulieferern in äquivalenter Qualität und Funktionalität beziehen zu dürfen und beim Ersatzteilekauf und bei -Lagerung zu kooperieren.

Ähnlich erging es GM. Die Kommission bemängelte, dass die GM-Verträge abschreckend auf Händler wirkten, die ihre Angebotspalette auf andere Marken ausdehnen wollten. Bis dato wurde die Leistung der Händler an der Zahl der örtlichen Neuzulassungen im Verhältnis zum Marktanteil der GM-Marken in einem Land gemessen. Die mit der Nichterfüllung dieser Leistungsziele verknüpften Sanktionen musste GM abschaffen und klarstellen, dass die Festlegung der Verkaufsziele in allen Fällen eine Zustimmung des Händlers voraussetzt und das örtliche Geschäftsumfeld einschließlich einer Entscheidung des Händlers für den Vertrieb anderer Marken zu berücksichtigen hat. Ferner musste GM den Händlern und Werkstätten erlauben, ihre vorhandenen Einrichtungen und Systeme für den Verkauf oder die Reparatur von konkurrierenden Kfz-Marken zu verwenden. Die Kommissi-

Anforderungen angepasst

Ähnlich erging es GM. Die Kommission bemängelte, dass die GM-Verträge abschreckend auf Händler wirkten, die ihre Angebotspalette auf andere Marken ausdehnen wollten. Bis dato wurde die Leistung der Händler an der Zahl der örtlichen Neuzulassungen im Verhältnis zum Marktanteil der GM-Marken in einem Land gemessen. Die mit der Nichterfüllung dieser Leistungsziele verknüpften Sanktionen musste GM abschaffen und klarstellen, dass die Festlegung der Verkaufsziele in allen Fällen eine Zustimmung des Händlers voraussetzt und das örtliche Geschäftsumfeld einschließlich einer Entscheidung des Händlers für den Vertrieb anderer Marken zu berücksichtigen hat. Ferner musste GM den Händlern und Werkstätten erlauben, ihre vorhandenen Einrichtungen und Systeme für den Verkauf oder die Reparatur von konkurrierenden Kfz-Marken zu verwenden. Die Kommissi-

Rechtsanwalt Uwe Brossette: Klarstellungen

sion intervenierte auch hinsichtlich der Service-Standards. GM musste klarstellen, dass die Anforderungen an neue Werkstätten, was die Zahl der Mitarbeiter und Werkplätze angeht, nicht über das objektiv erforderliche Maß hinausgehen: Für derartige Mindestkapazitätsvorgaben ist die tatsächliche Auftragsituation der einzelnen Vertragswerkstatt im Vorjahr zu berücksichtigen. Außerdem dürfen Arbeitsplätze und sonstige Einrichtungen wie auch die Mitarbeiter für Servicearbeiten an Fahrzeugen konkurrierender Marken eingesetzt werden, und Mitarbeiter, die nicht an GM-Fahrzeugen arbeiten, brauchen kein GM-spezifisches Training zu absolvieren. Eine neue „Öffnungsklausel“ besagt, dass die GM-Werkstätten ihre gesamte Werkstattausrüstung, Werkzeuge, IT-Hardware und -Software auch von anderen Zulieferern beziehen dürfen, sofern eine äquivalente Qualität und Funktionalität gewährleistet ist. Werkstätten dürfen Kooperationen eingehen, um Ersatzteile gemeinsam zu kaufen und zu lagern. GM hat in der Folge die Liste der Werkzeuge, die in einer Werkstatt ständig vorhanden sein müssen, auf ein Minimum reduziert, so dass alle anderen Werkzeuge unter zugelassenen Werkstätten ausgetauscht werden dürfen.



DEMNÄCHST WIEDER NEU: DER DAT-REPORT 2008



Bisweilen wird der DAT-Report auch als die „Bibel der Branche“ bezeichnet. Mit aktuellen Daten und Fakten rund um den Pkw-Kauf von Neu- und Gebrauchtwagen sowie das Werkstatt- und Reparaturgeschäft ist die Datensammlung eine der wichtigsten Informationsquellen für die Branche.

AUTOHAUS-Leser erhalten in der Ausgabe 7/2008 die Studie frei Haus – unterstützt durch den Partner Shell.

In Kooperation mit



Steuern Sie Ihren Erfolg!



AUTOHAUS unterstützt Sie mit praktischen Management-Infos:

- » **Top-News** aus allen Branchen-Bereichen, Markttrends und Prognosen
- » **Praxiswissen:** Management-Knowhow, Verkaufs- und Marketingtipps
- » **Branchentipps und -infos** zu Steuern, Finanzen und Recht
- » **AUTOHAUS Themen-Sonderhefte**
- » **2 Ausgaben pro Monat**

Für die, die uns noch nicht kennen:
Jetzt 3 x gratis AUTOHAUS testen!

Fax an: 0180 / 599 55 66 (14 ct/Min.)
oder **www.autohaus.de/abo**

Ja, ich möchte **AUTOHAUS** kennenlernen und 3 Ausgaben kostenlos testen.

Name, Vorname

Firma, Position

Telefon, Fax

Straße, Nr.

PLZ, Ort

E-Mail

Datum, Unterschrift

Wenn ich **AUTOHAUS** regelmäßig nutzen möchte, brauche ich nichts weiter zu tun. Ich erhalte dann das Magazin regelmäßig zum Jahresbezugspreis von 174,90 EUR inkl. Versand und MwSt. Teile ich dem **AUTOHAUS**-Leserservice innerhalb von 14 Tagen nach Zustellung des letzten Probeexemplars schriftlich mit, dass ich keine weitere Lieferung wünsche, ist die Sache für mich erledigt. Ich kann mein Abonnement nach Ablauf des ersten Bezugsjahres jederzeit ohne Angabe von Gründen mit einer Frist von 3 Monaten zum Quartalsende schriftlich kündigen – mit Geld-zurück-Garantie für noch nicht gelieferte Ausgaben. **Vertrauensgarantie:** Mir ist bekannt, dass ich innerhalb von 14 Tagen beim **AUTOHAUS**-Leserservice schriftlich widerrufen kann. Die Frist beginnt mit dieser Absendung.

Verlagsanschrift: Springer Transport Media GmbH | Vertriebservice | Neumarkter Str. 18 | 81673 München