

Seite 21|zhb  
Luzerner Zeitung  
Luzern

## Kleinere werden ausgebootet

**Garagisten · Mehrere Autohäuser der Zentralschweiz verlieren Markenvertretungen. Das kann für die Firmen existenzbedrohend sein – und ist auch für die Konsumenten keine gute Nachricht.**

Roger Rüeegger roger.rueegger@luzernerzeitung.ch  
In der Automobilbranche wird mit harten Bandagen gekämpft. Das Händlernetz verschiedener Marken wird schweizweit gestrafft. In jüngster Zeit haben Hersteller wie BMW und Jaguar Land Rover Schweiz langjährigen Partnern die Zusammenarbeit gekündigt oder eingeschränkt. In der Region sind mehrere Garagen betroffen, die man mit den erwähnten Automarken identifiziert. Dies machte kürzlich der «Anzeiger Luzern» publik.

Hart getroffen wurde das Autohaus Sigrist in Kriens. «Nach fast 50-jähriger erfolgreicher Zusammenarbeit hat BMW uns den Liefervertrag gekündigt», teilt Geschäftsführer Thomas Sigrist mit. Die Folge: Das Autohaus kann bei BMW keine Neufahrzeuge mehr bestellen.

Die Verhandlungen waren laut Sigrist nicht zimperlich. BMW wollte das Autohaus mit einem Konkurrenten fusionieren und Sigrist zur Vermietung von Lokalitäten an diesen motivieren. Trotz vieler schlafloser Nächte habe man diesem Druck nicht nachgegeben. Da BMW dem Autohaus auch den Servicevertrag auf Ende 2017 kündigte, muss sich die Firma neu orientieren. Bis anhin fokussierte sich das Autohaus auf BMW-Modelle. Wer künftig einen Neuwagen dieser Marke erstehen will, wird auf andere Händler ausweichen.

Sigrist will die neue Ausgangslage als Chance nutzen und sich auf den freien Handel konzentrieren. Marketingleiter Markus Bergmann dazu: «Wir arbeiten vorerst ohne Markenvertretung, weshalb keine Neuwagen von einem Importeur mehr in unserem Programm angeboten werden.» Man sei jedoch interessiert, ein neues Label ins Haus zu bringen. Für das Autohaus Sigrist wie auch für die Kunden sei der Entscheid von BMW frustrierend. «Die Kleinen werden offensichtlich ausgebootet. Aber wir gehen über die Bücher.»

### Logos der Automarken verschwinden

Ähnlich ergeht es Auto Windlin in Kerns. Gleich zwei Hersteller beenden die Zusammenarbeit: Vor kurzem wurde der Land-Rover-Servicevertrag gekündigt; zum nächsten Jahreswechsel geht überdies die offizielle BMW-Partnerschaft zu Ende. Auto Windlin wird in Zukunft aber trotzdem noch Servicearbeiten an Fahrzeugen beider Marken durchführen. Das Erscheinungsbild jedoch ist anzupassen: «Wir dürfen nicht mehr mit den Logos der beiden Automarken werben», sagt Geschäftsleiter Roland Michel.

Die Garage Windlin ist mit verschiedenen Markenvertretungen an mehreren Standorten breit abgestützt, weshalb die neue Situation nicht existenzbedrohend ist. Zum Entscheid der Hersteller sagt Michel: «Wir hätten das Produkt BMW Sales and Service gerne weiterhin angeboten. Wir wurden aber nicht überrascht vom Entscheid. Die Strategie von BMW, mit weniger Markenvertretern grössere Stückzahlen abzusetzen, steht schon lange im Raum.»

Was der Verlust einer Markenvertretung für einen Betrieb bedeuten kann, schildert Daniel Portmann, Präsident des Auto Gewerbe Verband Schweiz AGVS, Sektion Zentralschweiz: «In der heutigen Zeit suchen viele Kunden im Internet nach einer Automarke. Wer ein neues Auto kauft, findet einen Markenvertreter und kauft dort. Das hat massive Auswirkungen für Händler und Garagen, die keine Vertretung mehr haben. Sie beginnen von Neuem», sagt Portmann, Garagist in Engelberg. In den Städten wirke sich der Verlust einer Marke noch mehr aus als in ländlichen Regionen, wo Kunden eher auf den Garagisten als auf die Marke bezogen seien. Es könne aber auch eine Chance sein, sich im Servicebereich zu öffnen.

### Nach 80 Jahren Markenvertretung verloren

Jaguar- und Land-Rover-Importeur Emil Frey hat die Zusammenarbeit mit einem weiteren langjährigen Partner reduziert: Nach 80 Jahren wurde der ältesten Jaguar-Vertretung der Schweiz, der Garage Epper in Luzern, die Markenvertretung gekündigt. Neu ist die Emil Frey AG Ebikon-Luzern alleiniger Jaguar-Vertreter in der Region. «Mir persönlich tut es weh, nach drei Generationen Zusammenarbeit im Jubiläumsjahr die Kündigung entgegenzunehmen», sagt Geschäftsleiter Stefan Epper. Er sei überzeugt, dass in Luzern ein Nebeneinander zweier Vertreter weiterhin möglich gewesen wäre.

Bei der Garage Epper läuft der Servicevertrag ohne Unterbruch weiter. «Das erlaubt uns eine Weiterführung sämtlicher Werkstatt-Leistungen. Dadurch hoffen wir, den Grossteil unseres Stamms zu behalten. Wir machen am Standort weiter und werden den Vorteil nutzen, unseren Service auszubauen», sagt Epper. Ironie des Schicksals: Erst kürzlich wurde das Werkstatt-Team mit dem «Jaguar Service Excellence Award» geehrt.

Die Jaguar Land Rover Schweiz AG bestätigt, dass in verschiedenen Regionen Veränderungen vorgenommen werden. Die wachsende Modellpalette und die steigenden Verkaufszahlen hätten einen Einfluss auf die Gestaltung des Händlernetzes. «Grosse Investitionen stehen für die gesamte Vertriebsorganisation an. Damit entsteht in den meisten Marktgebieten eine neue Ausgangslage mit stetig steigenden Anforderungen, denen wir als offizieller Importeur in Zusammenarbeit mit unserem Hersteller Rechnung tragen müssen», teilt Marketingchefin Karin Held mit. Keine Auskunft über ihre Strategie und die Händlerverträge gab auf Anfrage BMW Schweiz.

### Nachgefragt

#### «Der Händler trägt das Risiko»

Patrick Krauskopf leitet das Zentrum für Wettbewerbs- und Handelsrecht an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften und war Vizedirektor der Eidgenössischen Wettbewerbskommission (Weko).

Patrick Krauskopf, wo steuert der Automobilmarkt hin?

Ohne Interventionen der Weko wird er von den Importeuren kontrolliert werden. Das ist keine gute Nachricht für den Wettbewerb und den Konsumenten.

Teilen immer weniger Garagen den Verkauf neuer Fahrzeuge unter sich auf?

Ja. Wir stellen fest, dass die Importeure zunehmend grössere, teilweise von ihnen kontrollierte Garagen berücksichtigen.

Was ist der Grund dafür – trotz steigender Verkaufszahlen?

Aus ökonomischer Sicht macht ein solcher Entscheid, das heisst, die vermeintliche Straffung des Vertriebsnetzes, kaum Sinn. Das kommerzielle Risiko trägt nämlich nicht der Importeur, sondern der Händler. Dieser kann den lokalen Markt in der Regel besser bearbeiten als der zumeist mit den regionalen Verhältnissen kaum vertraute Importeur.

Warum verlieren gewisse Garagen zwar die Markenvertretung, aber nicht den Servicevertrag?

Weil die kartellrechtlichen Vorgaben eingehalten werden, solange auf dem Service-Markt der Wettbewerb mit reinen Werkstätten aufrechterhalten wird. Erst wenn reine Service-Verträge nicht mehr angeboten werden, interveniert die Weko.

Was bedeutet es für Betriebe, wenn sie eine Markenvertretung verlieren?

Für eine Garage, die zu einem Einmarkenvertrieb verpflichtet wurde, ist die Kündigung des Markenhändlervertrages oft der Beginn des Endes der Tätigkeit auf dem Kfz-Markt. Es ist kaum möglich, eine Marke durch eine andere Marke innert angemessener Zeit sowie vertretbarem Aufwand zu ersetzen .  
(rgr)

Patrick Krauskopf steht der Entwicklung auf dem Automarkt skeptisch gegenüber. Bild: PD

Omar El-Jamal von der Garage Epper wartet ein Kundenfahrzeug. Bild: Pius Amrein (Luzern, 19. März 2018)