

Agenturmodell

Chance oder Risiko?

Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf, LL.M. (Harvard)



AGENDA

- I. Begrüssung
- II. Agenturmodell: Ausgangslage
- III. Was ist ein Agent?
- IV. Herausforderungen für die Händler
- V. Motion Pfister
- VI. Motion Gugger
- VI. Q&A
- VII. Kontakte

The background of the slide is a photograph of a dense tree canopy, viewed from below, with a light blue color overlay. A semi-transparent white rectangular box is centered horizontally and vertically, containing the text.


I. AGENTURMODELL: AUSGANGSLAGE

1. Ausgangslage

Automobilwoche

VW-Händlerverbandschef Dirk Weddigen von Knapp

Transformation setzt Händler stark unter Druck

CHRISTOPH BAEUCHLE 

Weniger Geschäfte in Vertrieb und Service: Händler müssen sich was einfallen lassen, wollen sie auch künftig am Markt bleiben.

Mittwoch, 1. März 2023, 10.51 Uhr



AUTOMOBIL
REVUE

Zukunft als blossе Agenturen?

Wenn Hersteller den Autoverkauf selbst übernehmen, was bleibt den Händlern? Das ist vermutlich die falsche Frage, weil die Antwort weniger schwarz und weiss ausfällt.

Von AUTOMOBIL REVUE - 13. Juli 2022

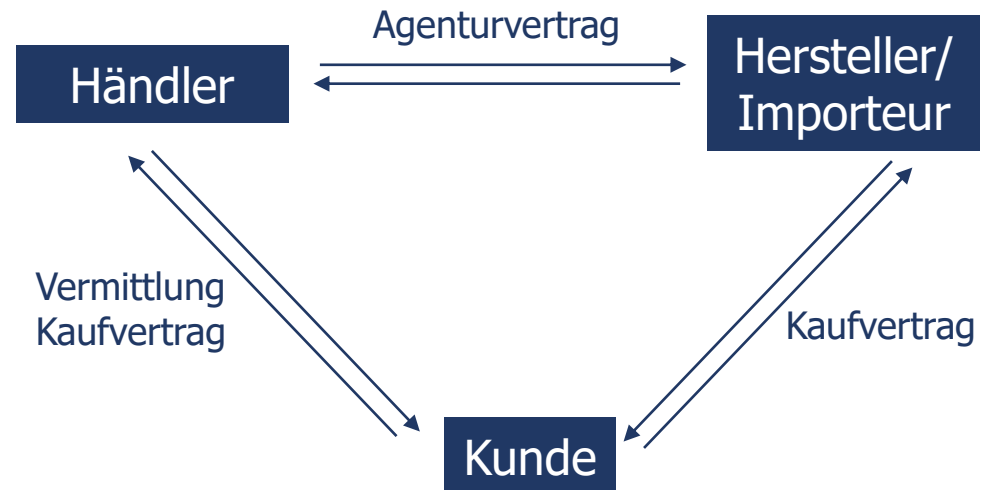
2. Was ändert sich?

Klassisches Vertriebssystem vs. neues Agenturmodell

Klassisches Vertriebssystem



Neues Agenturmodell



The background of the slide is a photograph of a dense tree canopy, viewed from below, with sunlight filtering through the leaves. The image has a light blue tint. A semi-transparent white rectangular box is centered horizontally and vertically, containing the text.

II. WAS IST EIN AGENT?

1. Agent im Sinne des Obligationenrechts (OR)



Der Agenturvertrag nach Art. 418 ff. OR ist ein zweiseitiger Vertrag, welcher den Agenten dazu verpflichtet...

- dauernd,
- **im Namen und auf Rechnung** einer Auftraggeberin,
- Geschäfte zu vermitteln oder abzuschliessen,
- **ohne** zur Auftraggeberin in einem **Arbeitsverhältnis** zu stehen.

2. Unechte vs. echte Agentur

Echte Agentur	Unechte Agentur
<p>Der Agent trägt keine oder nur geringe Risiken und Kosten. Der Agent ist kein Unternehmen im Sinne des Kartellrechts.</p>	<p>Der Agent trägt Risiken und Kosten, welche mit der Vermittlung der Verträge für den Hersteller / Importeur zusammenhängen. Der Agent ist Unternehmen im Sinne des Kartellrechts.</p>

3. Agenturmodell im Garagenbetrieb



Agent ist der Garagenbetrieb.



Der Garagenbetrieb schliesst im Namen und auf Rechnung des Herstellers bzw. Importeurs mit dem Endkunden Neuwagenkaufverträge ab.



Der Garagenbetrieb stellt Mitarbeiter, Know-How und Infrastruktur zur Verfügung.



Der Hersteller / Importeur zahlt eine Entschädigung.



Der Preis wird vom Hersteller / Importeur festgelegt.



Die vertraglichen Konsequenzen trägt der Hersteller bzw. Importeur.

The background of the slide is a photograph of a dense tree canopy, viewed from below, with a light blue color overlay. A semi-transparent white rectangular box is centered on the slide, containing the text.

III. HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE HÄNDLER





1. Chancen des Agenturmodells



- ✓ Keine Kosten für die Lagerhaltung der Fahrzeuge
- ✓ Bessere Budgetplanbarkeit
- ✓ Fokus auf Themen wie Kundenberatung, Probefahrten, etc. möglich
- ✓ Kein Risiko für Lagerüberalterung
- ✓ Keine Kosten für Investitionen in CI
- ✓ Gesicherte Rentabilität

2. Risiken des Agenturmodells



-  Garagisten sind nicht mehr Verkäufer sondern nur noch Agent.
-  Allfällige Einbussen bei den unternehmerischen Freiheiten bei echten Agenturen.
-  Weniger Marge, allenfalls geringere Rentabilität bei einer Vollkostenrechnung in unechter Agentur.
-  Kartellrechtliche Risiken bei der echten Agentur.



IV. MOTION PFISTER

1. Zum Motionär

- Name: Dr. phil. Gerhard Pfister
- Nationalrat seit 01.12.2003
- Die Mitte-Fraktion (M-E)
- Beruf: Dr. phil. sowie Parteipräsident von Die Mitte Schweiz
- Politische Ämter:
 - Kantonsrat des Kantons Zugs 1998 bis 2003
 - Präsident CVP Oberägeri 1999 bis 2005; Präsident CVP Kanton Zug 1999 bis 2008; Mitglied Parteipräsidium CVP Schweiz 2012 bis 2016; Präsident CVP Schweiz seit 2016
 - Präsident der Parlamentarischen Gruppe Schweiz-Polen; Präsident der Parlamentarischen Gruppe Pro Baltikum

2. Politische Beweggründe



KFZ-Bekanntmachung der WEKO in der Praxis ungenügend bis inexistent



WEKO kann die KFZ-Bekanntmachung nicht durchsetzen



Zivilgerichte sind nicht an KFZ-Bekanntmachung gebunden



Konsumenten und Garagen, welche Regeln der KFZ-Bekanntmachung durchsetzen wollen, scheitern vor Gericht.

3. Inhalt der Motion

Effektiver Vollzug des Kartellgesetzes beim Kraftfahrzeughandel:

- Aufforderung an den Bundesrat, die KFZ-Bekanntmachung in eine Verordnung fließen zu lassen.
- Die KFZ-Bekanntmachung wird ersetzt. Dadurch würde keine neue Regulierung entstehen.

4. Stand der Motion

27.09.2018:

Motion
eingereicht

28.06.2023:

Bundesrat kündigt
Erlass der KFZ-
Verordnung an

16.09.2020/14.03.2022:

Annahme der Motion durch
National- und Ständerat

01.01.2024:

KFZ-Verordnung
tritt in Kraft



V. MOTION GUGGER

1. Zum Motionär

- Name: Dr. hc. Niklaus-Samuel Gugger
- Nationalrat seit 27.11.2017
- Die Mitte-Fraktion (M-E)
- Beruf: Sozialunternehmer & Unternehmensberater (Herzkraftwerk AG), VR Bühlmann Garage
- Politische Ämter:
 - Gemeinderat Winterthur 2002 bis 2014; Kantonsrat Zürich 2014 bis 2017
 - Vize-Präsident EVP Schweiz
 - Präsident der Parlamentarischen Gruppe Schweiz-Indien

2. Politische Beweggründe



Agenturmodell schaltet den Intra-Brand-Wettbewerb aus und umgeht das KG



Agenturmodell gefährdet die Existenz vieler Garagen (KMU)



Kleine Garagen werden von den Herstellern unter Druck gesetzt (enteignet)



Wertschöpfungskette wird ins Ausland verlegt und viele Arbeitsplätze gehen verloren



Schweizer Föderalismus im KFZ-Markt ist von europ. Herstellern unter Beschuss



Die Preise der Produkte steigen unverhältnismässig

3. Inhalt der Motion

Ergänzung des Kartellgesetzes:

1. Kündigung der Händler- und Werkstattverträge ist unzulässig, wenn der Hersteller nicht nachweisen kann, dass das Agenturmodell signifikant effizienter ist für die Garagisten als das bisherige Vertriebsmodell.
2. Auch nach Einführung des Agenturmodells muss das Kartellgesetz zwischen den Herstellern bzw. Importeuren und den Schweizer Garagen anwendbar bleiben.

4. Stand der Motion und Ausblick



Ausblick:

- Mediale Problemschaffung und Sensibilisierung der Bevölkerung
- Organisation von Veranstaltungen: Vergrößerung der Community
- Entwurf für die Gesetzesänderung wird hoffentlich 2023 beschlossen

The background of the slide is a photograph of tree branches and leaves, viewed from below looking up. The image is overlaid with a semi-transparent light blue filter. In the center, there is a white rectangular box containing the text 'VII. Q&A'.

VII. Q&A

Q&A



The background of the slide is a photograph of a dense tree canopy, viewed from below, looking up. The branches are dark and intricate, creating a complex web against a lighter, overcast sky. The overall color palette is muted, with various shades of blue, grey, and white. A semi-transparent white rectangular box is centered horizontally and vertically, containing the text 'VIII. KONTAKT' in a bold, black, sans-serif font.

VIII. KONTAKT

KONTAKT



Prof. Dr. Patrick Krauskopf, LL.M. (Harvard)

patrick.krauskopf@agon-partners.ch

+41 76 576 14 07



**DANKE FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT**