

Arda Alpakut

Wirkungen des Wegfalls der Gruppenfreistellungsverordnung auf den Automobilvertrieb

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1998 Diplom.de
ISBN: 9783832415075

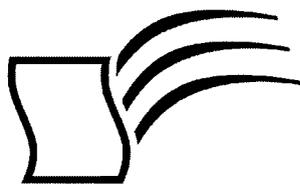
Arda Alpakut

Wirkungen des Wegfalls der Gruppenfreistellungsverordnung auf den Automobilvertrieb

Arda Alpakut

Wirkungen des Wegfalls der Gruppenfreistellungsverordnung auf den Automobilvertrieb

**Diplomarbeit
an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz
August 1998 Abgabe**



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 1507

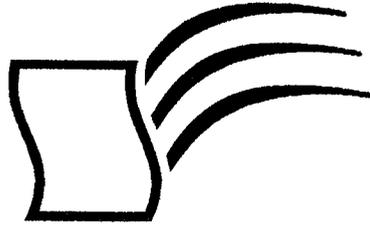
Alpakut, Arda: Wirkungen des Wegfalls der Gruppenfreistellungsverordnung auf den
Automobilvertrieb / Arda Alpakut - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1999
Zugl.: Mainz, Universität, Diplom, 1998

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

*Der Hersteller sollte den Kaufmann im Handel nicht
als bezahlten Helfer in seinem Warenverteilungssystem
betrachten, sondern als eigenständig entscheidenden Kunden,
der für eine noch größere Gruppe von Kunden einkauft.*

Philip McVey

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VII
1. Einführung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Abgrenzung der Thematik	1
2. Automobilmarkt	2
2.1 Historischer Überblick	2
2.2 Aktuelle Kennzahlen	3
2.2.1 Automobilwirtschaft	3
2.2.2 Automobilindustrie	4
2.2.3 Automobilhandel	5
3. Vertrieb im Rahmen der Absatzpolitik	6
3.1 Absatzpolitische Instrumente	7
3.1.1 Produktpolitik	7
3.1.2 Preispolitik	8
3.1.3 Kommunikationspolitik	9
3.1.4 Distributionspolitik	10
3.2 Gestaltung der Absatzwege	10
3.2.1 Absatztiefe	10
3.2.1.1 Indirekter Vertrieb	11
3.2.1.2 Direkter Vertrieb	11
3.2.2 Absatzbreite	13

4. Gegenwärtiges selektives Vertriebssystem im Automobilvertrieb	13
4.1 Art. 85 EG-V	13
4.2 Selektives Vertriebssystem im Automobilvertrieb	15
4.2.1 Qualitative und quantitative Selektion	15
4.2.2 Markenbindung	16
4.2.3 Wettbewerbsbeschränkungen i.S.d. Art. 85 (1) EG-V	17
4.3 Entstehung der Gruppenfreistellungsverordnung	18
4.3.1 Freistellung i.S.d. Art. 85 (3) EG-V	18
4.3.2 Argumente für die Freistellung der Händlerverträge nach Art. 85 (3) EG-V	19
4.3.2.1 Rechtfertigung der Markenbindung	19
4.3.2.2 Rechtfertigung der quantitativen Selektion	20
4.3.3 Gruppenfreistellungsverordnung 123/85	21
4.3.4 Gruppenfreistellungsverordnung 1475/95	22
5. Automobilvertrieb nach dem Wegfall der GVO im Jahre 2002	24
5.1 Automobile Trends	24
5.1.1 Entwicklung von Bevölkerungs- und Automobilzahlen	24
5.1.2 Fusionen in der Automobilbranche	25
5.1.2.1 Fusionen im Automobilhandel	25
5.1.2.2 Fusionen in der Automobilindustrie	27
5.1.3 Trends im Automobilkauf	27
5.1.4 Bedeutung von Dienstleistungen	28
5.2 Argumente für den Wegfall der GVO im Automobilvertrieb	29
5.2.1 Markenexklusivität	29
5.2.1.1 Kombination von Vertrieb und Kundendienst	29
5.2.1.2 Markenexklusivität aus der Verbrauchersicht	31
5.2.1.3 Situation der Händler und die Beziehung zum Hersteller	32
5.2.1.4 Fazit	33
5.2.2 Preisdifferenzen und Reimporte innerhalb der EU	33
5.2.2.1 Preisdifferenzen im gemeinsamen Markt	33
5.2.2.2 Reimporte aus dem EU-Ausland	35
5.2.2.3 Fazit	37

5.3 Folgen des Wegfalls der GVO für Hersteller und Händler	37
5.4 Mögliche Vertriebsalternativen nach dem Wegfall der GVO	41
5.4.1 Franchise-System	41
5.4.1.1 Idee des Franchise-Systems	41
5.4.1.2 Gegenstand des Franchise-Systems	42
5.4.1.3 Abgrenzung zum Vertragshändlersystem	43
5.4.1.4 Franchise-System im Automobilvertrieb - Pro und Contra	45
5.4.1.5 Beurteilung des Franchise-Systems	47
5.4.2 Direktvertrieb	49
5.4.2.1 Agentursystem	49
5.4.2.2 Herstellerniederlassungen	50
5.4.2.3 Haustürverkauf	51
5.4.2.4 Fabrikverkauf	52
5.4.2.5 Kiosksystem	53
5.4.2.6 Beurteilung des Direktvertriebs	53
5.4.3 Universalvertrieb	55
5.4.3.1 Vor- und Nachteile des Mehrmarkenvertriebs	55
5.4.3.2 Mögliche Formen des Mehrmarkenvertriebs	58
5.4.3.3 Beurteilung des Universalvertriebs	60
5.5 Bedeutung des Internets für den Neuwagenvertrieb	60
5.5.1 Internet in Zahlen	60
5.5.2 Vor- und Nachteile des Internetvertriebs	60
5.5.3 Mögliche Entwicklung	61
6. Zusammenfassung und Ausblick	63
Anhang	VIII
Quellenverzeichnis	XVIII