AGVS | UPSA
Auto Gewerbe Verband Schweiz
Union professionnelle suisse de l'automobile
Unione professionale svizzera dell'automobile

Herr Bundesrat Guy Parmelin
Eidgenössisches Departement für Wirtschaft,
Bildung und Forschung WBF
3003 Bern

via Online-Tool und per E-Mail: wp-sekretariat@seco.admin.ch

Bern, 3. September 2026

Vernehmlassung zur Änderung der KFZ-Verordnung (KFZV) und der Preisbekanntgabeverordnung (PBV)
Stellungnahme des Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)

Sehr geehrter Herr Bundesrat
Sehr geehrte Damen und Herren

Der Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS) vertritt seit 1927 die Interessen von heute rund 4'000 Garagenbetrieben in der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein.

Der AGVS bedankt sich für die Gelegenheit zur Stellungnahme zum titelerwähnten Geschäft.

Änderung der KFZ-Verordnung (KFZV)

Die Vorlage setzt die Motion 22.3838 Gugger in einer sachgerechten und ausgewogenen Weise um. Entscheidend ist, dass das Agenturmodell als Vertriebsform nicht verhindert wird, gleichzeitig aber die Garagen beim Wechsel in ein solches Modell nicht den bestehenden Schutz hinsichtlich der Vertragsbeendigung verlieren.

Der AGVS begrüsst im Grundsatz, dass Art. 8 Abs. 2 E-KFZV auch Agenturverträge erfasst. Auch bei Agenturmodellen bleiben Garagenbetriebe in einer markenspezifischen Abhängigkeit. Sie investieren weiterhin in Personal, Schulungen, Prozesse, Systeme, Werkstattausrüstung, Kundenbetreuung, Markenauftritt und Infrastruktur. Selbst wenn im echten Agenturmodell gewisse finanzielle oder wirtschaftliche Risiken reduziert werden, verschwindet das betriebliche Abhängigkeits- und Investitionsrisiko nicht vollständig. Zur Vermeidung von Auslegungsschwierigkeiten sollte im Verordnungstext oder zumindest in den Erläuterungen zur KFZV ausdrücklich klargestellt werden, dass die Kündigungsmodalitäten von Art. 8 KFZV sowohl für echte als auch für unechte Agenturmodelle gelten.

Gleichzeitig ist festzuhalten, dass damit lediglich die Kündigungsmodalitäten ausdrücklich auf Agenturmodelle erstreckt werden. Diese Neuregelung darf nicht dazu führen, dass der Schutz der KFZV ausserhalb der Kündigungsmodalitäten ausgehöhlt wird. Somit ist unbedingt klarzustellen, dass daraus kein Umkehrschluss gezogen werden darf, wonach die übrigen Bestimmungen der KFZV bei Agenturmodellen generell ausgeschlossen wären.

AGVS/UPSA
Wölflistrasse 5, 3006 Bern
Telefon 031 307 15 15, Fax 031 307 15 16
info@agvs-upsa.ch, www.agvs-upsa.ch

Der AGVS fordert deshalb, dass in der KFZV ausdrücklich klargestellt wird, dass die Bestimmungen der KFZV auch auf Agenturmodelle Anwendung finden, soweit rechtlich selbständige Garagenbetriebe als Vertriebspartner, Servicepartner oder Ersatzteilpartner des Kraftfahrzeuganbieters betroffen sind. Dies muss insbesondere für echte und unechte Agenturmodelle gelten. Die blosse Qualifikation als Agenturvertrag darf nicht dazu führen, dass Schutzbestimmungen der KFZV betreffend Mehrmarkenvertrieb, Ersatzteilhandel, Werkstattorganisation, technische Informationen und Vertragsbeendigung ausgeschlossen werden.

Hierzu schlagen wir eine Ergänzung des Art. 2 KFZV mit einem ergänzenden Absatz 4 vor. Mit Übernahme dieses Vorschlags wäre der vorgeschlagene Art. 8 Abs. 2 E-KFZV bereits erfasst und somit obsolet:

Art. 2 Abs. 4 E-KFZV (neu)
4 «*Die Bestimmungen dieser Verordnung finden auch auf Agenturverträge zwischen Kraftfahrzeuganbietern und rechtlich selbständigen Dritten sinngemäss Anwendung, soweit diese den Vertrieb von neuen Kraftfahrzeugen und Ersatzteilen sowie die Erbringung von Instandsetzungs- und Wartungsdienstleistungen betreffen. Dies gilt unabhängig davon, ob die Dritten erhebliche oder nur unbedeutende finanzielle oder wirtschaftliche Risiken tragen.*»

Änderung der Preisbekanntgabeverordnung (PBV)

Die Preisbekanntgabeverordnung soll Klarheit über den effektiv zu bezahlenden Preis schaffen und irreführende Preisangaben verhindern. Sie darf demgegenüber nicht zu einer Offenlegung interner Margen, Finanzierungsstrukturen oder Kalkulationsmechanismen führen.

Der AGVS lehnt aus nachfolgenden Gründen die vorgeschlagene Änderung der PBV in der vorliegenden Form ab und beantragt auf die Änderung der PBV zu verzichten.

Für Konsumentinnen und Konsumenten ist bei einem Leasingangebot entscheidend, welche Kosten sie effektiv tragen. Massgeblich sind insbesondere die monatliche Rate, die Anzahl und Fälligkeit der Raten, der effektive Jahreszins, der Barkaufpreis, eine allfällige Kaution, Versicherungskosten sowie weitere nicht frei wählbare Kosten. Diese Angaben erlauben einen sachgerechten Vergleich verschiedener Angebote.

Nicht entscheidend ist demgegenüber, wie sich die interne Preisbildung im Einzelnen zusammensetzt. Die Kundschaft interessiert sich für die effektive finanzielle Belastung und nicht für die Frage, welche Margen, Finanzierungsbeiträge oder Vertriebsmechanismen hinter einem Angebot stehen. Eine Pflicht zur betragsmässigen Offenlegung solcher Elemente würde deshalb keine zusätzliche Transparenz schaffen. Vielmehr bestünde die Gefahr, dass Konsumentinnen und Konsumenten mit zusätzlichen Angaben konfrontiert werden, die den Angebotsvergleich nicht erleichtern, sondern unnötig verkomplizieren.

Die PBV soll Preisbekanntgabe gewährleisten. Sie soll jedoch nicht zur Offenlegung der Preisgestaltung führen. Art. 4bis Abs. 3 E-PBV weitet den eigentlichen Zweck der PBV in unverhältnismässiger Weise aus. Der Vernehmlassungsentwurf verlangt nicht nur die transparente Kommunikation des Preises und der massgebenden weiteren Konditionen, sondern zusätzlich die Offenlegung von internen Finanzierungsbeiträgen. Mit dem Entwurf des Bundesrates würde eine neue Pflicht zur Offenlegung der internen Finanzierung und Preisbildung eines Angebots geschaffen. Dabei handelt es sich um geheime und sensible Informationen, welche theoretisch Rückschlüsse auf Kalkulationen, Margen und Marktstrategien erlauben würden. Mit dieser neuen Pflicht würde man direkt in die Wirtschaftsfreiheit nach Art. 27 BV der betroffenen Unternehmen eingreifen, ohne dabei einen erkennbaren Mehrwert für Kon-

sumentinnen und Konsumenten zu schaffen. Im Gegenteil: Weitere Marktteilnehmer und direkte Mitbewerber erhalten dadurch Einblicke, welche wettbewerbsrechtlich sehr heikel scheinen. Aus Sicht des AGVS ist dieser Eingriff klar unverhältnismässig.

Hinzu kommt, dass die Bezifferung einer Vergünstigung praktisch schwierig und rechtlich unscharf ist. Sie setzt faktisch voraus, dass ein hypothetisches Vergleichsangebot ohne Finanzierungsbeitrag berechnet wird. Eine solche Berechnung würde zudem von zahlreichen Faktoren abhängen, etwa von Restwertannahmen, Kampagnen, Händlerbeteiligungen, Servicepaketen, Motorfahrzeugversicherungspaketen, Eintauschgeschäften oder konzerninternen Konditionen. Daraus eine einzelne hypothetische «Vergünstigung» in Franken abzuleiten, ist nicht verlässlich möglich und kann eine Scheingenauigkeit erzeugen. Für Konsumentinnen und Konsumenten ist diese Zahl kaum überprüfbar. Für Garagenbetriebe ist sie vielfach gar nicht nachvollziehbar, weil sie keinen Einblick in die internen Kalkulationen von Herstellern, Importeuren, Leasinggesellschaften oder Finanzierungspartnern haben.

Sollte trotz dieser Bedenken an einer Umsetzung festgehalten werden, schlägt der AGVS als Alternative eine pragmatische Umsetzung vor. Wenn ein Leasingangebot aufgrund von Finanzierungsbeiträgen vergünstigte Leasingkonditionen enthält, soll darauf hingewiesen werden. Eine betragsmässige Bezifferung der Vergünstigung soll hingegen nicht verlangt werden.

Ein solcher Hinweis könnte in der Umsetzung beispielsweise lauten:

«Dieses Angebot beinhaltet eine Vergünstigung der Leasingkonditionen.»

Damit wird der Transparenzgedanke der Motion aufgenommen, ohne dass interne Kalkulations-, Finanzierungs- oder Vertriebsmechanismen offengelegt oder rekonstruiert werden müssen. Die Konsumentinnen und Konsumenten erhalten eine klare Information, dass vergünstigte Leasingkonditionen vorliegen. Gleichzeitig bleiben die für den Entscheid wirklich relevanten Kostenangaben vollständig ersichtlich.

Besonders kritisch ist aus Sicht des AGVS zudem der ausdrückliche Miteinbezug von «Vertriebspartnern». Für den AGVS ist zentral, dass Garagen, die nicht als Leasinggeber auftreten, nicht für Angaben verantwortlich gemacht werden, die ausserhalb ihres Einfluss- und Wissensbereichs liegen. Der Motionstext verlangt in seinem Wortlaut und Inhalt auch nicht den Miteinbezug von «Vertriebspartnern» in seine Forderung. Zudem ist klarzustellen, dass individuelle Händlernachlässe, Eintauschgeschäfte, Serviceleistungen, Zubehöraktionen, Verkaufsförderungsmassnahmen sowie interne Kalkulations- und Transferpreisbestandteile nicht unter die Hinweispflicht fallen. Beiträge eines rechtlich selbständigen Garagenbetrieb aus seiner eigenen Marge stellt keine konzerninterne Quersubventionierung dar. Sie sind Ausdruck einer eigenständigen Preis- und Verkaufsentscheidung des Händlers und damit Teil des Wettbewerbs zwischen Garagenbetrieben. Andernfalls würde die Regelung über den Zweck der der geforderten Transparenz hinausgehen und zu einer faktischen Offenlegung sämtlicher geschäftlicher Vertriebsmechanismen und Preisbildungen führen.

Dementsprechend beantragt der AGVS eventualiter zum Verzicht der Änderung der PBV, Art. 4bis Abs. 3 E-PBV wie folgt anzupassen:

[3] «Gewähren Gesellschaften desselben Unternehmens ~~oder Vertriebspartner~~ Finanzierungsbeiträge, die den im Rahmen des Leasingvertrages zu bezahlenden Preis oder den effektiven Jahreszins vergünstigen, so ist auf diese Vergünstigung hinzuweisen. Individuelle Preisnachlässe fallen nicht unter diese Hinweispflicht.»

Schlussfolgerungen

Der AGVS unterstützt die Änderung der KFZV im Grundsatz. Zentral ist jedoch, dass die Vorlage nicht nur den Kündigungsschutz bei Agenturverträgen ausdrücklich absichert, sondern auch verhindert, dass der Schutz der KFZV durch die blosse Wahl eines Agenturmodells ausgehöhlt wird. Die Kündigungsmodalitäten von Art. 8 KFZV müssen sowohl für echte als auch für unechte Agenturvertriebssysteme gelten. Darüber hinaus ist klarzustellen, dass auch die übrigen Schutzbestimmungen der KFZV auf Agenturmodelle mit rechtlich selbständigen Garagenbetrieben sinngemäss Anwendung finden, soweit diese als Vertriebspartner, Servicepartner oder Ersatzteilpartner des Kraftfahrzeuganbieters betroffen sind. Der AGVS beantragt deshalb, die KFZV entsprechend zu präzisieren.

Hingegen bringen die Änderungen der PBV für Konsumentinnen und Konsumenten keinen erkennbaren Mehrwert und führen zu unverhältnismässigen Belastungen für Unternehmen. Deshalb ist auf die Änderung der PBV zu verzichten. Eventualiter sollte sich eine Anpassung auf eine aus Konsumentensicht sinnvollere und praxistaugliche Transparenz beschränken. Eine qualitative Hinweispflicht auf vergünstigte Leasingkonditionen genügt. Eine Pflicht zur betragsmässigen Bezifferung von Finanzierungsbeiträgen oder Vergünstigungen lehnt der AGVS entschieden ab.

Für die Berücksichtigung unserer Position bedanken wir uns im Voraus bestens und bitten darum eine Anhörung der betroffenen Marktteilnehmer (Leasinganbieter, Fahrzeugimporteure sowie der AGVS als Vertreter der Garagenbetriebe) über den beabsichtigten Umsetzungsweg nach der Konsolidierung der Vernehmlassungsantworten durchzuführen. Für Fragen oder ergänzende Angaben stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse
Auto Gewerbe Verband Schweiz (AGVS)

Manfred Wellauer
Zentralpräsident

Christian Wyssmann
Geschäftsführer