

Lorenzo Quolantoni

Mit einem Klick landet das Fahrzeug im Warenkorb. Mit einem weiteren Klick bestätigt man den Kauf, gibt die erforderlichen Daten für die Versicherung ein und wählt die Zahlungsart aus. Einige Tage später trifft das fahrbereite Auto zu Hause ein, der Kundenservice hat sämtliche Formalitäten für die Fahrzeugzulassung bereits erledigt. Der Lieferant gibt noch ein paar Erklärungen zum Auto ab, bevor er die Schlüssel übergibt. Innerhalb von wenigen Minuten sind Sie Besitzer eines neuen Fahrzeugs geworden, das Sie gekauft haben, als wäre es ein Smartphone oder ein Fernseher. Für eine nicht unwesentliche Zahl von Konsumenten wird diese Art des Fahrzeugkaufs in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen: Amag, die dank ihrer Marken VW, Škoda, Seat und Audi in der Schweiz über 30 Prozent Marktanteil verfügt, hat auf den 1. März eine neue Verkaufsplattform für Fahrzeuge angekündigt. 6500 Fahrzeuge werden dann online zum Verkauf angeboten.

Rückenwind dank Elektroautos

Online-Kleinanzeigen für Autos sind seit mindestens zwei Jahrzehnten die Norm, doch der Service von Amag geht einen Schritt weiter. Man muss nicht mehr vom Sofa aufstehen und in eine Garage fahren, um das Auto zu besichtigen, mit dem Verkäufer zu diskutieren oder eine Versicherung abzuschliessen. Alles geschieht online. «Wir wollen unseren Kunden eine Einkaufsmöglichkeit bieten, die sie in anderen Bereichen bereits gewohnt sind», sagt Dino Graf, Pressesprecher von Amag. «Wir glauben auch, dass wir mit diesem Angebot nicht nur die Erwartungen unserer derzeitigen Kunden erfüllen, sondern auch jene der Digital Natives, die wir zu gewinnen versuchen.»

Amag ist bei Weitem nicht die erste Anbieterin in der Schweiz, die diesen Service offeriert. Auto-Kunz, eine auf Parallelimport spezialisierte Ga-



Seit November 2019 bietet Porsche ein Portal für den Onlineverkauf seiner Fahrz...

rage, und Galaxus bieten diese Leistung seit mehreren Monaten an. Die auf Onlineverkauf spezialisierte Tochtergesellschaft der Migros-Gruppe hat tatsächlich seit Mai 2019 in den Markt investiert. «Die Nachfrage nach Mobilität hat sich mit der Zeit verändert. Die Kunden interessieren sich nicht mehr für den Kauf einer bestimmten Marke oder eines bestimmten Modells, sie möchten vielmehr

Kunz bemängelt ungleiche Konditionen

2019 zeichnete sich bei den Parallelimport-Fahrzeugverkäufen zum siebten Jahr in Folge – mehrheitlich bei den Online-Verkaufsangeboten – eine Verringerung der Marktanteile ab. Im Jahr 2018 lag der Marktanteil der Parallelimporteure bei 5.1 Prozent, im Jahr 2019 dann nur noch bei 4.3 Prozent. Roger Kunz (Bild), der Präsident des Verbands freier Autohandel Schweiz, bedauert diese Situation. «Der Marktanteil der Parallelimport-Fahrzeuge müsste mindestens fünf Prozent betragen, damit der Druck auf die Preise spürbar wäre. Er liegt aktuell nur bei vier Prozent, weshalb das Risiko eines Preisanstiegs erneut hoch ist.» Kunz, der auch Geschäftsführer der Garage Auto-Kunz ist, bemängelt die ungleiche Behandlung der offiziellen Importeure und der Parallelimporteure, insbesondere, was die Vorschriften im



Bereich der CO₂-Emissionen betrifft. «Wir können keine Marken mischen, und wir haben auch keine Sonderregelungen für Nischenmarken, um die CO₂-Ziele zu erreichen. Dazu kommen administrative Hürden beim Import der Fahrzeuge ohne schweizerische Typengenehmigung.» Roger Kunz prangert auch die Hinder-

nisse an, die die Marken beim Fahrzeugimport oder bei Garantie- oder Serviceleistungen schaffen. «Aus dem Bundesgerichtsentscheid gegen BMW haben die Hersteller und offiziellen Importeure gelernt, sie begehen viel weniger wettbewerbsrechtliche Fehler», erklärt er. «Dennoch haben die Behinderungen der Parallelimporte massiv zugenommen. Diese sind viel subtiler und schwieriger zu beweisen.» Die Forderungen sind gemäss Kunz einfach: «Gesetze und Verordnungen sind wettbewerbsneutraler zu konzipieren. Wir erwarten keine Privilegien für den Parallelimport, sondern schlicht gleich lange Spiesse für alle. Bisherige Gesetze sollen angepasst werden, damit sie nicht mehr die Hersteller und Generalimporteure bevorzugen. Ist dies nicht der Fall, entstehen Oligopol und die Konsumentenpreise steigen.»