

DAS ENDE DES „DAIMLER“

Der Ausverkauf einer Legende?

Die Änderung des Namens bedeutet nicht nur namentlich das Ende des alten „Daimler“, sondern auch, dass es keine „Konzerninteressen“ mehr gibt. Dem Handel entstehen neue Kosten.

von Prof. Dr. Tim O. Vogels

KURZFASSUNG

Den „Daimler“ der Vergangenheit gibt es nicht mehr. Auf Seiten des Handels führt die Trennung nicht zu einem Effizienzgewinn. Ganz im Gegenteil. Der Handel wird mit einer Vielzahl von weiteren Kosten belastet. Der Effizienz auf Herstellerseite steht somit die Ineffizienz auf Handelsseite gegenüber.

Der „Daimler“ existiert nicht mehr. Nach 125 Jahren erfolgte 2021 eine Trennung zwischen der Daimler AG und der Daimler Truck Holding AG. Natürlich kam der Name Daimler auch in den letzten Vertreter- bzw. Agentenverträgen schon nicht mehr vor. So wurde 2019 der Vertretervertrag Pkw von der Daimler AG bereits auf die Mercedes-Benz AG in Folge einer Umwandlung übertragen. Gleichzeitig wurde die Lkw-Sparte in die Daimler Truck AG ausgegliedert.

Und natürlich ist die Aufteilung zwischen Pkw-Geschäft und Lkw-Geschäft nichts Neues. Zwar existierte noch 1996 ein einheitlicher Vertretervertrag, wonach Vertragsgegenstand „Personenwagen einschließlich Geländewagen, Transporter und Lastkraftwagen“ war. Jedoch bereits nach dem Ende des „Integrierten Technologiekonzerns“ wurden Pkw- und Lkw-Geschäft am 1. April 1997 voneinander getrennt und in verschiedene Geschäftsbereiche aufgeteilt.

Dennoch deckte der „Daimler“-Vertreter zumindest bis 1997 das gesamte Spektrum der damaligen Mercedes-Benz AG ab, in der Regel auch darüber hinaus. Trotz der verschiedenen Geschäftsbereiche wurden Pkw und Lkw nicht nur vom Handel zumeist gemeinsam wirtschaftlich betrachtet, auch wenn innerhalb des Vertreterbetriebs in der Regel bereits eine



unterschiedliche Vertriebsstruktur aufgebaut wurde. Und selbstverständlich bestand stets ein Konkurrenzverhältnis zu den Niederlassungen – sowohl im Pkw- als auch im Lkw-Bereich. Dennoch ist es den meisten Vertretern gelungen, mit dem „Daimler“ passable Geschäfte zu machen. Liefen doch sämtliche Geschäfte weiter unter dem Konzerndach der Daimler AG. Erst nach der Ausgliederung der Daimler Truck AG wurde die Daimler AG zum 1. Februar 2022 in Mercedes Group AG umbenannt.

Keine „Konzerninteressen“ mehr

Die Änderung des Namens bedeutet jedoch nicht nur namentlich das Ende des alten „Daimler“. Natürlich besteht der Name „Daimler“ im Lkw-Bereich fort und vielleicht nur Nostalgiker denken an Pkw mit der Bezeichnung zurück. Die Herauslösung des Lkw- und Bus-Bereiches aus der alten Daimler AG bedeutet jedoch auch, dass es keine „Konzerninteressen“ mehr gibt. Dem Vorstand der Daimler Truck AG dürfte schlichtweg egal sein, wie das Pkw-Geschäft eines Vertreters

Fotos: Daimler, Prof. Dr. Tim O. Vogels

oder ab 2023 des Agenten gerade läuft. Andersrum gilt das Gleiche, auch wenn die Mercedes Group AG noch 35 Prozent der Aktien der Daimler Truck AG hält.

Was die Vertreter der Daimler Truck AG erwartet, wird bereits durch die eigenen Veröffentlichungen der Daimler Truck AG deutlich. So heißt es auf deren Homepage: „Daimler Truck kann als unabhängige Einheit den erforderlichen technologischen Wandel deutlich effektiver gestalten als in einem Konzernverbund – mit einer starken Nettoliquidität und ohne die Einschränkungen einer Konglomerats-Struktur.“

Effektiver gestalten! Das bedeutet nichts anderes, als dass auf Konzerninteressen nicht mehr Rücksicht genommen werden muss. Und der Wandel wird sich nicht nur auf den technologischen Bereich auswirken. Es werden zukünftig noch weit mehr eigene Interessen verfolgt, als dies im Rahmen einer Konzernstruktur möglich war.

Zukünftig zwei Systeme

Selbstverständlich können schnelle Reaktionen auf Veränderungen des Marktes auch positiv sein und dem Handel zugute kommen. Jeder, der in der Vergangenheit jedoch bereits einen Mehrmarkenhandel betrieben hat, weiß, welche besonderen Anforderungen dies an ein Unternehmen stellt. Der wesentliche Unterschied zum klassischen Mehrmarkenhandel ist jedoch, dass die Produkte der Mercedes Benz AG und der Daimler Truck AG nicht substituierbar sind. Das heißt, der Agent kann einem Interessenten nicht einfach ein anderes Produkt anbieten. Im Gegenteil: Der Vertreter, der weiterhin Pkw und Lkw des ehemaligen „Daimler“ vertreibt, dient zukünftig zwei Herren, die vollständig andere Interessen haben.

Dies wirkt sich bereits jetzt aus: Während im Konzern jedes Teil eine Ersatzteilnummer hatte, unabhängig ob es in einem Pkw oder Lkw verbaut wurde, existieren bereits jetzt unterschiedliche Teilenummern. Dies hat zur Folge, dass der Vertreter, der sowohl Pkw als auch Lkw vertreibt, ein deutlich größeres Lager unterhalten muss, da beispielsweise die identische Schraube nunmehr eine Teilenummer Lkw und eine Teilenummer Pkw hat.

Aber auch die EDV-Systeme werden derzeit getrennt, mit der Folge, dass zukünftig zwei Systeme vom Handel unterhalten werden müssen. Auch gemeinsame Lehrgänge bzw. deren Anrechnung gehö-

ren der Vergangenheit hat. Ganz zu schweigen von unterschiedlichen Diagnosegeräten und unterschiedlichen Garantiebedingungen. Weiter gibt es keine Berichterstattung mehr an den Konzern, sondern jeder Bereich stellt eigene Regeln auf, die der Agent zu erfüllen hat.

Andere Art der Geschäftsabwicklung

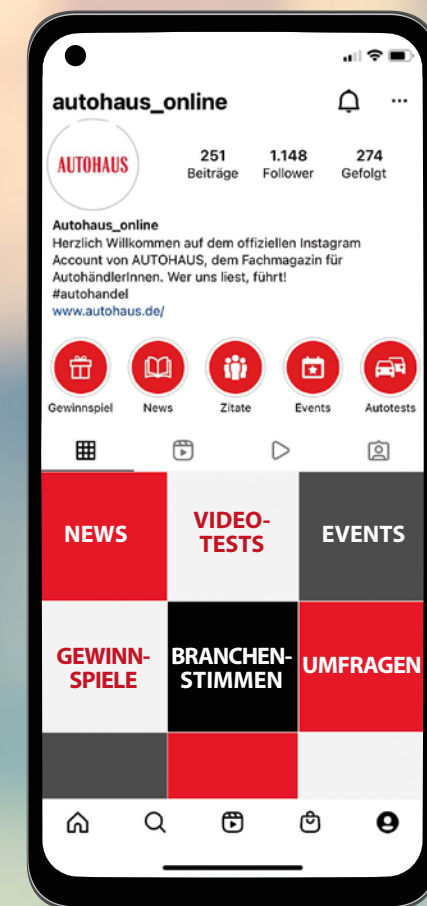
Das Ende des „Daimler“ bedeutet daher auch für den Handel, dass er sich nicht nur auf neue Namen einstellen muss, sondern auch auf eine gänzlich andere Art der Geschäftsabwicklung. Auf Seiten des Handels führt daher die Trennung nicht zu einem Effizienzgewinn. Ganz im Gegenteil. Der Handel wird mit einer Vielzahl von weiteren Kosten belastet. Der Effizienz auf Herstellerseite steht somit die Ineffizienz auf Handelsseite gegenüber. Und dies, obwohl in der Branche gerade erkannt wird, dass Synergien existenziell sind. Nicht umsonst haben sich andere wie beispielsweise der Stellantis Konzern zusammengeschlossen.

Der Vertreter muss sich daher darüber bewusst sein, dass es den „Daimler“ der Vergangenheit nicht mehr gibt. Auch wenn die meisten der handelnden Personen bis vor Kurzem noch Teil des „Daimler“-Konzerns gewesen sind und Veränderungen vielleicht nicht von heute auf morgen erfolgen werden. Es wird erhebliche Veränderungen geben. Die „Effektivität“ für den jeweiligen Hersteller wird der Aufhänger sein. Wenn zudem betrachtet wird, welchen Streitigkeiten einerseits gerade im Lkw-Bereich zum Beispiel mit Preiserhöhungen trotz bestätigter Bestellungen derzeit existieren und andererseits welche „Unstimmigkeiten“ im Pkw-Bereich beispielsweise bei der Einbeziehung des Handels beim Vertrieb sogenannter digitaler Zusatzprodukte bestehen, ist zu befürchten, dass das Ende des „Daimler“ nicht unbedingt der Beginn für eine neue Glückseligkeit für den Handel ist. Das Ende des „Daimler“: nicht nur Nostalgiker „weinen“ dem Konzern nach. ■



Prof. Dr. Tim O. Vogels ist Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht sowie Fachanwalt für Arbeitsrecht. 2014 wurde er zum ordentlichen Professor an der Hochschule Fresenius für Wirtschaft und Medien GmbH berufen.

AUF INSTAGRAM



FOLGEN SIE UNS



@autohaus_online

© Melponenem / Getty Images / iStock