

Handbuch des Vertriebsrechts

von

Dr. Eckhard Flohr, Dr. Florian Amereller, Lilyane Anstett-Gardea, Dr. Bernhard von Becker, Manuel Biehler, David Braun, Jens Bredow, Carl Friedrich Brüggemann, Ekatarina Budak, Dr. Robert Budde, Prof. Dr. Peter Chrocziel, Dr. Kai Fischer, Prof. Dr. Friedrich Karl Feyerabend, Dr. Ulrike Glück, Dr. Jürgen Gödde, Dr. Christiane Gucht, Prof. Dr. Stefan Habermeier, Dr. Thorsten Haerberlin, Gunther Hess, Dr. Gerhard Hochedlinger, Dr. Bernhard Huber, Richard Jacobsson, Dr. Georg Jaster, Dr. Harald Kahlenberg, Gregor Kleinknecht, Dr. Stefan Krüger, Fabienne Kutscher-Puis, Dr. Panajotta Lakkis, Paul Lefebvre, Patrik Lindfors, Dr. Thomas Manderla, Prof. Dr. Dr. Dr. h.c. Michael Martinek, Sebastian Omlor, Dr. Magdalena Pajor-Bytomski, Dr. Malte Passarge, Dr. Jörg Podehl, Dr. Amelie Pohl, Dr. Dietmar Rahlmeyer, Franz Rossen, Claus-W. Schwab, Dr. Franz-Jörg Semler, Gaute Sletten, Tobias Somary, Dr. Thomas Summerer, Mikio Tanaka, Falk Tischendorf, Mark van der Moolen, Frits G. van Hees, Dr. Jens Wagner, Prof. Dr. Rolf Wank, Dr. Hans Wille

3., neubearbeitete und erweiterte Auflage

[Handbuch des Vertriebsrechts – Flohr / Amereller / Anstett-Gardea / et al.](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](#) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

[Vertragshändler, Vertriebsrecht](#)



Verlag C.H. Beck München 2010

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 406 57182 4

beck-shop.de

Martinek/Semler/Habermeier/Flohr
Handbuch des Vertriebsrechts

beck-shop.de

Handbuch des Vertriebsrechts

Herausgegeben von

Prof. Dr. Dr. Dr. h. c. mult. Michael Martinek

Master Compr. Jurpr. (New York)
Universität des Saarlandes

Prof. Dr. Franz-Jörg Semler

Rechtsanwalt in Stuttgart

Prof. Dr. Stefan Habermeier

Universität Greifswald

Prof. Dr. Eckhard Flohr

Rechtsanwalt, Fachanwalt für Steuerrecht in Kitzbühel/Düsseldorf

3., neubearbeitete und erweiterte Auflage

Bearbeitet von

Dr. Florian Amereller LL.M., München/Dubai; Lilyane Anstett-Gardea, Strasbourg Cedex 01; Dr. Bernhard von Becker, München; Manuel Biehler, Frankfurt; David Braun, Chicago; Jens Bredow, Köln; Carl Friedrich Brüggemann, Leer; Ekatarina Budak, Moskau; Dr. Robert Budde, Köln; Prof. Dr. Peter Chrocziel, München; Dr. Kai Christian Fischer, Barcelona; Prof. Dr. Friedrich Karl Feyerabend, Friedberg; Dr. Ulrike Glück, Shanghai; Dr. Jürgen Gödde, Dortmund; Dr. Christiane Gucht, Bochum; Prof. Dr. Stefan Habermeier, Greifswald; Dr. Thorsten Haeblerlin LL.M., Raunheim; Gunther Hess, Frankfurt; Dr. Gerhard Hochedlinger E. M. L. E., Wien; Bernhard Huber, Linz; Richard Jacobsson, Stockholm; Dr. Georg Jaster, Düsseldorf; Dr. Harald Kahlenberg, Stuttgart; Gregor Kleinknecht LL.M., London; Dr. Stefan Krüger, Frankfurt; Dr. Fabienne Kutscher-Puis LL.M., Düsseldorf; Dr. Panajotta Lakkis, Sankt Wendel; Paul Lefebvre, Bruxelles; Patrik Lindfors, Helsinki; Dr. Thomas Manderla, Düsseldorf; Prof. Dr. Dr. h. c. Michael Martinek, Saarbrücken; Sebastian Omlor, Saarbrücken; Dr. Magdalena Pajor-Bytowski, Hamburg; Dr. Malte Passarge, Hamburg; Dr. Jörg Podehl, Düsseldorf; Mag. Amelie Pohl, Kitzbühel; Dr. Dietmar Rahlmeyer, Düsseldorf; Franz Rossen, Kopenhagen; Claus-W. Schwab, Koblenz; Prof. Dr. Franz-Jörg Semler, Stuttgart; Gaute Sletten, Oslo; Tobias Somary LL.M., Zürich; Dr. Thomas Summerer, München; Mikio Tanaka, Tokyo; Falk Tischendorf, Moskau; Mark van der Moolen LL.M., Köln; Frits G. van Hees, Amsterdam; Dr. Jens Wagner, Hamburg; Prof. Dr. Rolf Wank, Bochum; Dr. Hans Wille, Zürich



Verlag C. H. Beck München 2010

beck-shop.de

Zitiervorschlag:

Bearbeiter, in: Martinek/Semler/Habermeier/Flohr, Vertriebsrecht, 3. Aufl., § 7 Rdnr. 11

Verlag C. H. Beck im Internet:

beck.de

ISBN 9783406571824

© 2010 Verlag C. H. Beck oHG

Wilhelmstraße 9, 80801 München

Satz, Druck und Bindung: Druckerei C. H. Beck Nördlingen

(Adresse wie Verlag)

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Vorwort zur 3. Auflage

Seit dem Erscheinen der zweiten Auflage unseres Handbuchs des Vertriebsrechts im Jahr 2003 sind wieder knapp sieben Jahre verstrichen; die Erstauflage war im Jahr 1996 erschienen. Längst hat sich das Vertriebsrecht zu einem etablierten und dynamischen Rechtsgebiet ausgeformt, das im Schnittbereich des Vertrags- und des Kartellrechts, des gewerblichen Rechtsschutzes und des Lauterkeitsrechts einen festen Platz einnimmt und insbesondere zu einem eigenständigen Besonderen Teil des Handelsrechts neben etwa dem Bankrecht oder dem Transportrecht erstarkt ist. Noch vor zwanzig Jahren war kaum der Begriff des Vertriebsrechts bekannt. Heute trifft man in unseren modernen *law firms* ebenso wie den Unternehmen der Absatzwirtschaft schon eigenständige Abteilungen für Vertriebsrecht oder *distribution law*. Auch im akademischen Bereich haben sich „Vertriebsrechtler“ auf die normative Bewältigung der Herausforderungen spezialisiert, denen sich die Rechtsordnung beim Absatz von Waren und Dienstleistungen im modernen Wirtschaftsleben stellen muss. Dabei ist das Vertriebsrecht nicht mehr allein als Absatzmittlungsrecht zu verstehen und als Sammelbezeichnung für das Recht der Handelsvertreter, der Vertragshändler, Kommissionsagenten und des Franchising zu verstehen. Vielmehr haben auch das Recht der Verbundgruppen des Handels und der Dienstleister sowie vor allem das Recht des *e-commerce* seinen festen Platz im modernen Vertriebsrecht gefunden. Selbst in unser gutes altes Bürgerliches Gesetzbuch hat das Vertriebsrecht zaghafte Eingang gefunden, trägt doch der eigenständige Untertitel der §§ 312 bis 312f BGB zu den Haustürwiderrufgeschäften, zu den Fernabsatzverträgen und zum elektronischen Geschäftsverkehr die Überschrift „Besondere Vertriebsformen“.

Die noch vor wenigen Jahren unerwartete Dynamik des Vertriebsrechts spiegelt sich in einer stark steigenden Zahl vertriebsrechtlicher Publikationen, einer Vielzahl von Gerichtsentscheidungen und einer regen Gesetzgebungstätigkeit des nationalen und des europäischen Gesetzgebers wieder. Auch haben auf nationaler Ebene die Schuldrechtsreform, das reformierte, europäisierte Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen und das neue Lauterkeitsrecht, auf Unionsebene die Veränderungen der Gruppenfreistellungsverordnungen sowie eine stetig zunehmende Anzahl von Richtlinien (Handelsvertreterrichtlinie, Verbrauchsgüterkaufrichtlinie, E-Commerce-Richtlinie usw.) zu erheblichen Änderungen im Vertriebsrecht geführt. Parallel dazu erschließen sich der Absatzwirtschaft durch die EU-Erweiterung und die fortschreitende Liberalisierung des Welthandels immer größere Märkte. Für die juristische Praxis bedeutet dies eine ständig steigende Nachfrage nach qualifizierter Beratung.

Zeit also für eine Neuauflage des Handbuchs des Vertriebsrechts, dessen Voraufgaben eine sehr wohlwollende Aufnahme in der Fachöffentlichkeit gefunden hatten. Denn auf Grund der dynamischen Entwicklung gestaltet es sich zunehmend schwieriger, den Überblick über das immer vielschichtiger Rechtsgebiet des Vertriebsrechts zu behalten. Das Handbuch wendet sich daher in erster Linie an die in der Praxis tätigen Juristen, die als Rechtsanwälte oder Unternehmensjuristen mit rechtsberatenden und rechtsgestaltenden Aufgaben des Vertriebsrechts befasst sind, und will ihnen Ratgeber sein, um bei vertriebsrechtlichen Problemstellungen in der Praxis interessengerechte und zweckmäßige Lösungen zu finden. Die in der ersten Auflage des Handbuchs von 1996 formulierte Grundkonzeption des Werkes hat damals wegweisenden Pioniercharakter beansprucht und sich in der zweiten Auflage (2003) bestätigt und konsolidiert. Mit der Neuauflage – so hoffen die Herausgeber – soll endgültig der Durchbruch zu einem wirtschaftsrechtlichen Standardwerk erzielt werden.

Nicht nur die Zusammensetzung der Autoren, die für die einzelnen Teile verantwortlich zeichnen, sondern auch der Kreis der Herausgeber, die neben ihrer Mitautorenschaft um die Koordinierungsaufgaben bemüht waren, hat sich verändert: Für die erste Auflage zeichneten von wissenschaftlicher Seite Michael Martinek und aus der anwaltlichen Praxis

Vorwort

Franz-Jörg Semler verantwortlich. Bei der zweiten Auflage kam Stefan Habermeier als weiterer „Universitätsmann“ hinzu. Jetzt hat sich der Herausgeberkreis um den „Vertriebsrechtsanwalt“ Eckhard Flohr erweitert.

Das Handbuch des Vertriebsrechts wird einen „Bruder“ bekommen. Zeitnah zum Erscheinen der Neuauflage präsentiert derselbe Herausgeberkreis die „Formularsammlung des Vertriebsrechts“. Damit soll zum einen den unterschiedlichen Vertragsformen im Vertriebsrecht Rechnung getragen werden und zum anderen durch die Erläuterungen kommentiert werden, welche besonderen Anforderungen, aber auch Vorgaben in Gesetzgebung und Rechtsprechung bei der Gestaltung der unterschiedlichen Vertriebsverträge zu beachten sind. Damit wird das Ziel des Handbuchs des Vertriebsrechts noch unterstrichen, indem durch die Formularsammlung der beratenden und vertragsgestaltenden Praxis verlässliche Orientierungshilfen für die Aufgaben im Alltag zur Verfügung gestellt werden sollen.

Die Herausgeber sind Herrn Gerald Fischer und Frau Roswitha Pohl-Wedemeyer vom Beck-Verlag für ihre hervorragende verlegerische Betreuung, vor allem für ihre Geduld und Beharrlichkeit besonders dankbar.

Im Mai 2010
Michael Martinek, Saarbrücken
Franz-Jörg Semler, Stuttgart
Stefan Habermeier, Greifswald
Eckhard Flohr, Kitzbühel

Aus dem Vorwort zur 1. Auflage 1996

Die Absatzwirtschaft Deutschlands und seiner Nachbarländer ist weitgehend durch vertragliche Vertriebssysteme gekennzeichnet, namentlich durch Systeme einfacher Belieferungs- und Fachhändlerverträge. Es entspricht der Bedeutung der Vertriebsverträge in der wirtschaftlichen Praxis, daß sich auch in der Rechtspraxis ein zunehmend eigenständiges Rechtsgebiet im Schnittbereich des Handels- und Kartellrechts ausgeprägt hat, das man als Absatzmittlungsrecht, das Recht der Vertriebsmittlungsverhältnisse oder kurz: als Vertriebsrecht bezeichnen kann. Dieses noch junge Rechtsgebiet erlebt eine rasante Entwicklung, die vor allem durch eine Vielzahl von Gerichtsentscheidungen, aber auch durch gesetzgeberische Interventionen (nicht zuletzt auf der Ebene der Europäischen Union) getragen wird. Die globale Einbindung unserer Wirtschaft wirft überdies zahlreiche Fragen des internationalen und ausländischen Rechts auf. Kaum mehr übersehbar sind die vertriebsrechtlichen Literaturbeiträge mit teils anwaltlich gestaltender und beratender Zielsetzung sowie mit teils wissenschaftlichen, dogmatisch-konstruktiven Ambitionen. Sie alle sind zudem verstreut und widmen sich meist Einzelfragen, so daß es dem praktischen Rechtsgestalter und Rechtsanwender nicht leicht fällt, einen Überblick über das Vertriebsrecht zu gewinnen, der erst die richtige Verortung seiner Einzelfrage erlaubt.

Das Handbuch des Vertriebsrechts will in erster Linie Auskunft über die Rechtslage und ihre wirtschaftlichen Hintergründe in den verschiedenen Teilbereichen des Vertriebsrechts geben. Die Rechtsprechung mit ihren wegweisenden Entscheidungen von anschaulichen Einzelfällen, die kautelar- und die konsularjuristische Praxis in ihrem Streben nach juristischer Umsetzung wirtschaftlicher Interessen sowie die Rechtswissenschaft in ihrem Bemühen um eine analytische Durchdringung und um systematische Geschlossenheit des Rechtsstoffs sollen gleichermaßen in diesem Handbuch des Vertriebsrechts berücksichtigt und verarbeitet werden. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den Handelsvertreter-, Vertragshändler- und Franchiseverträgen mit ihren vielfältigen Besonderheiten vertragsrechtlicher, kartell- und lauterkeitsrechtlicher, immaterialgüterrechtlicher und europarechtlicher Art. Ein besonderes Anliegen dieses Handbuches ist es, das Vertriebsrecht als ein eigenständiges Rechtsgebiet fest zu etablieren, indem es die rechtlichen Gemeinsamkeiten und Unter-

beck-shop.de

Vorwort

schiede der einzelnen Vertriebsvertragsformen verdeutlicht und ihre übergreifenden wirtschaftlichen Bezüge im Interessengeflecht der absatzwirtschaftlichen Akteure herausstellt.

Das Buch wendet sich in erster Linie an die in der Praxis tätigen Juristen, die etwa als Rechtsanwälte oder Unternehmensjuristen mit rechtsgestaltenden und rechtsberatenden Aufgaben auf dem Gebiet des Vertriebsrechts befaßt sind. Es versteht sich zuerst als ein Anleitungsbuch zur Lösung vertriebsrechtlicher Aufgabenstellungen sowie als ein Erläuterungsbuch zum Verständnis vertriebsrechtlicher Problemzusammenhänge. Das Handbuch will zuvörderst Ratgeber sein, wenn in der Praxis nach einer zweckmäßigen und interessengerechten Lösung für ein vertriebsvertragliches Problem gesucht wird und wenn eine sach- und rechtskundige Handlungsanleitung unter Erläuterung der Hintergründe und unter Aufzeigung alternativer Möglichkeiten sowie unter verlässlicher Darstellung des Standes der Wissenschaft gewünscht wird. Der Bedarf hierfür erscheint geradezu unbändig, weil die vertriebsrechtliche Rechtsprechung und Literatur bislang nicht zusammenfassend aufgearbeitet worden ist. Zugegeben, damit ist im Grunde der Anspruch eines Pionierwerkes formuliert und werden vielleicht hochgesteckte Erwartungen geweckt, die angesichts der Unreife weiter Teile dieses Rechtsgebiets kaum allseits erfüllt werden können. Man sehe den Herausgebern und Autoren nach, daß sie nicht mehr aus diesem Rechtsgebiet herausholen konnten (und wollten) als darinsteckt. Manches Teilgebiet erscheint wohl noch unfertig, und die Topographie des gesamten Rechtsgebiets „Vertriebsrecht“ mag noch unübersichtlich erscheinen. Das Buch kann schon wegen der verschiedenen Verfasser, die sich teils aus der anwaltlichen oder unternehmerischen Praxis, teils aus der Wissenschaft rekrutieren, kaum „aus einem Guß“ sein. Das Handbuch ist aus der Überzeugung heraus geboren: Ein Anfang muß gemacht werden. Denn auch im Vertriebsrecht ist das Ganze mehr als die Summe seiner Teile. ...

Michael Martinek, Saarbrücken
Franz-Jörg Semler, Stuttgart

beck-shop.de

Inhaltsübersicht

	Seite
Inhaltsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XLVII
Bearbeiterverzeichnis	LV

1. Kapitel. Grundlagen des Vertriebsrechts

§ 1 Vertriebsrecht als Rechtsgebiet (<i>Martinek</i>)	3
§ 2 Betriebs- und absatzwirtschaftliche Hintergründe von Vertriebsverträgen (<i>Martinek</i>)	29
§ 3 Erscheinungsformen von Vertriebsverträgen (<i>Martinek</i>)	90
§ 4 Die Rechtsnatur von Vertriebsverträgen (<i>Martinek</i>)	104
§ 5 Kriterien für die Vertragstypenwahl (<i>Flohr</i>)	138
§ 6 Überblick über den Rechtsrahmen (<i>Habermeier</i>)	156

2. Kapitel. Vertriebsrecht und Verbraucherschutzrecht

§ 7 Allgemeine Grundsätze, Widerrufsbelehrung und Widerrufsrecht (<i>Flohr</i>)	187
§ 8 Haustürgeschäfte (§§ 312–312 a BGB) (<i>Flohr</i>)	207
§ 9 Fernabsatzverträge (§§ 312 b–312 d und § 312 f BGB) (<i>Martinek</i>)	215
§ 10 E-Commerce-Verträge (§ 312 e BGB) (<i>Martinek</i>)	235
§ 11 Produkthaftung und Versicherbarkeit (<i>Hess</i>)	246

3. Kapitel. Vertriebsrecht und Arbeitsrecht

§ 12 Absatzmittler als Arbeitnehmer oder als Selbständige (<i>Wank</i>)	295
§ 13 Handelsvertreter als Arbeitnehmer oder als Selbständige (<i>Wank</i>)	310
§ 14 Franchisenehmer als Arbeitnehmer oder als Selbständige (<i>Wank</i>)	325
§ 15 Kommissionäre und Vertragshändler als Arbeitnehmer oder als Selbständige (<i>Wank</i>)	331
§ 16 Absatzmittler als Arbeitnehmer (<i>Wank</i>)	335

4. Kapitel. Der Handelsvertretervertrag

§ 17 Der Abschluss und Inhalt des Handelsvertretervertrages (<i>Flohr/Pohl</i>)	349
§ 18 Die Durchführung des Handelsvertretervertrages (<i>Flohr/Pohl</i>)	389
§ 19 Vertragsbeendigung (<i>Semler</i>)	416
§ 20 Der Ausgleichsanspruch (ohne Versicherungs- und Bausparkassenvertreter) (<i>Semler</i>)	436
§ 21 Nachvertragliche Abwicklungsprobleme (<i>Semler</i>)	468

5. Kapitel. Der Vertragshändlervertrag

§ 22 Abschluss, Inhalt und Durchführung (<i>Manderla</i>)	481
§ 23 Vertragsbeendigung (<i>van der Moolen</i>)	514
§ 24 Der Ausgleichsanspruch des Vertragshändlers (<i>van der Moolen</i>)	533
§ 25 Nachvertragliche Abwicklungsprobleme (<i>van der Moolen</i>)	561

6. Kapitel. Der Franchisevertrag

§ 26 Entwicklung und Bedeutung von Franchiseverträgen (<i>Martinek/Habermeier</i>)	576
§ 27 Abschluss und Durchführung von Franchiseverträgen (<i>Martinek/Habermeier</i>)	588
§ 28 Kartellrechtliche Wirksamkeitsschranken von Franchiseverträgen (<i>Martinek/Habermeier</i>)	635
§ 29 Die Beendigung und die nachvertragliche Abwicklung von Franchiseverträgen (<i>Martinek/Habermeier</i>)	658

Inhaltsübersicht

7. Kapitel. Sonstige Vertriebsformen und Regelungstypen

§ 30 Fachhändlervertrag (Flohr/Pohl)	699
§ 31 Kommissionär und Kommissionsagent (Flohr/Pohl)	746
§ 32 Direktvertrieb – Direct-Marketing (Flohr/Pohl)	768
§ 33 Internetvertrieb – Electronic Commerce (Krüger/Biehler)	775
§ 34 Versandhandel und Teleshopping (Flohr/Pohl)	834
§ 35 Vertriebliche Verbundgruppen (Kutscher-Puis)	862

8. Kapitel. Europäisches Kartellrecht

§ 36 Grundlagen (Habermeier)	885
§ 37 Die Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Wettbewerbsbeschränkungen (Rahlmeyer)	922

9. Kapitel. Deutsches Kartellrecht

§ 38 Vertikale Wettbewerbsbeschränkungen im deutschen Kartellrecht (Rahlmeyer)	949
§ 39 Das Behinderungs- und Diskriminierungsverbot des § 20 Abs. 1 bis 5 GWB (Kahlenberger)	951
§ 40 Kundenschutzverträge/Schneeballsysteme/Strategische Allianzen (Flohr/Pohl)	1046
§ 41 (entfallen)	

10. Kapitel. Ausgewählte Fragen aus dem gewerblichen Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht im Vertrieb

§ 42 Das Recht des unlauteren Wettbewerbs (Habermeier)	1071
§ 43 Gewerblicher Rechtsschutz: Zeichenrechtliche Probleme beim Vertrieb von Markenware (Habermeier)	1125

11. Kapitel. Exportkontrollrecht und Vertriebsverträge

§ 44 Außenwirtschaftsrecht und Exportkontrolle (Haerberlin)	1149
§ 45 Exportkontrolle im Rüstungsbereich und aus Gründen der öffentlichen Sicherheit und Ordnung (Haerberlin)	1162

12. Kapitel. Branchenspezifische Besonderheiten im Vertriebsrecht

§ 46 Automobile (unter Einschluss der KfZ-GVO) (Omlor)	1185
§ 47 Computer und Software (Chrocziel)	1207
§ 48 Finanzdienstleistungen (Feyerabend)	1223
§ 49 Mineralölherzeugnisse und sonstige Produkte im Tankstellenvertrieb (Brüggenmann/Gucht)	1294
§ 50 Vertrieb von Verlagserzeugnissen (von Becker)	1317
§ 51 Arzneimittel (Wagner)	1335
§ 52 Bier und alkoholfreie Getränke (Gödde)	1368
§ 53 Sportrechtevertrieb (Summerer)	1440
§ 54 (entfallen)	

13. Kapitel. Internationales Vertriebsrecht und Internationale Zuständigkeit

§ 55 Internationales Vertriebsrecht (Lakkis)	1465
§ 56 Europäisches Handelsvertreterrecht (Semler)	1483
§ 57 Belgien (Lefebvre)	1495
§ 58 Dänemark (Rossen)	1510
§ 59 Finnland (Lindfors)	1526
§ 60 Frankreich (Anstett-Gardea)	1534
§ 61 Italien (Budde)	1551
§ 62 Niederlande (van Hees)	1574
§ 63 Norwegen (Sletten)	1583

Inhaltsübersicht

§ 64 Österreich (<i>Huber/Hochedlinger</i>)	1591
§ 65 Polen (<i>Jaster</i>)	1614
§ 66 Schweden (<i>Jacobsson</i>)	1633
§ 67 Schweiz (<i>Wille/Somary</i>)	1639
§ 68 Spanien (<i>Fischer</i>)	1662
§ 69 Ungarn (<i>Pajor-Bytomski</i>)	1675
§ 70 Vereinigtes Königreich, insbesondere England und Wales (<i>Kleinknecht</i>)	1699

14. Kapitel. Vertriebsverträge mit dem außer-europäischen Ausland

§ 71 Ägypten (<i>Amereller</i>)	1721
§ 72 China (<i>Glück</i>)	1738
§ 73 Indien (<i>Podehl</i>)	1769
§ 74 Japan (<i>Tanaka</i>)	1784
§ 75 Russische Föderation (<i>Tischendorf/Budak</i>)	1795
§ 76 Vereinigte Arabische Emirate und Saudi-Arabien (<i>Amereller</i>)	1818
§ 77 Vereinigte Staaten von Amerika (<i>Braun</i>)	1836

15. Kapitel. Gerichtliche und außergerichtliche Streitbeilegung

§ 78 Internationale Zuständigkeit (<i>Lakkis</i>)	1851
§ 79 Der Handelsvertreter-Prozess (<i>Schwab</i>)	1863
§ 80 Schiedsgerichts- und Schlichtungsverfahren (<i>Bredow</i>)	1874
§ 81 Mediation (<i>Flohr</i>)	1921

16. Kapitel. Korruption und Compliance

§ 82 Anti-Korruptions-Compliance im Vertrieb (<i>Passarge</i>)	1929
Stichwortverzeichnis	1979

beck-shop.de

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis	XLVII
Bearbeiterverzeichnis	LV

1. Kapitel. Grundlagen des Vertriebsrechts

§ 1 Vertriebsrecht als Rechtsgebiet	3
I. Der Gegenstand des Vertriebsrechts.....	3
1. Vertriebsrecht als Absatzmittlungsrecht	3
2. Absatzmittler in betriebswirtschaftlicher und in juristischer Sicht	5
II. Anspruch und Aufgaben des Vertriebsrechts	7
III. Die rechtstheoretische Einordnung komplexer Vertriebssysteme	9
IV. Die kartellrechtliche Beurteilung vertraglicher Vertriebssysteme	16
V. Schwachstellen und Entwicklungsperspektiven des Vertriebsrechts	19
1. Geschäftsbesorgungsdoktrin	19
2. Vernachlässigung der Händlerkooperation	22
3. Vernachlässigung des Dienstleistungsabsatzes	23
4. Die Vernachlässigung horizontaler Komponenten in vertraglichen Vertriebssystemen	24
5. Konsequenzen	25
VI. Jüngere Entwicklung des Vertriebsrechts – Ausblick und Tendenzen	26
§ 2 Betriebs- und absatzwirtschaftliche Hintergründe von Vertriebsverträgen	29
I. Allgemeiner betriebswirtschaftlicher Überblick zum Absatz und zur Entwicklung des Vertriebes	30
1. Absatzmärkte, allgemeine Distributionsfunktionen und die Entwicklung des Handels	30
2. Grundlagen des Marketing und der dahinter stehenden Philosophie	38
3. Verhalten und Interessen in Absatzkanälen	55
4. Das Marketing-Umfeld	62
5. Neuere Entwicklungen im Vertriebsrecht	65
II. Integration und Kooperation	66
1. Die vertikale Vorwärtsintegration	66
2. Vertriebsverträge als Marketing- und Selektionsinstrumente	68
3. Der „Wandel im Handel“	69
III. Vertriebsvertragssysteme als vertikale Gruppenkooperation	72
1. Horizontale und vertikale Gruppenkooperation	72
2. Kooperationsintensität	73
3. Systemkonsistenz	74
4. Systemdynamik	75
5. Imageinheit	76
6. Marketinggemeinschaft	77
IV. Absatzpolitische Instrumente gegenüber Absatzmittlern	79
1. Vertikale und horizontale Selektion	79
2. Qualitative und quantitative Selektion	80
3. Absatzkanalpolitik und -management	82
V. Vertriebsvertragssysteme als Bindungssysteme	83
1. Vertikalbindungen als „Bausteine“ für Vertriebssysteme	83
2. Bezugsbindungen der Absatzmittler	83
3. Vertriebsbindungen der Absatzmittler	84
4. Koppelungsbindungen der Absatzmittler	87
5. Verwendungsbindungen, Preis- und Konditionenbindungen der Absatzmittler	87
6. Alleinvertriebsbindungen der Absatzzentrale	88
7. Weitere Absatzbindungen der Zentrale	88

Inhaltsverzeichnis

§ 3 Erscheinungsformen von Vertriebsverträgen	90
I. Die Typen- und Systembildung bei Vertriebsverträgen	90
II. Belieferungsverträge	91
III. Fachhändlerverträge	92
IV. Vertragshändlerverträge	92
V. Kommissionsagentenverträge	94
VI. Handelsvertreterverträge	95
VII. Franchiseverträge	95
1. Das Typologisierungproblem beim Franchising	95
2. Typologisierung des Franchising nach Wirtschaftsstufen, Entstehungsart und Leistungssubstanz	97
3. Typologisierung des Franchising nach Macht- und Interessenkonstellationen	99
VIII. Weitere Vertragskonstellationen	100
1. Vertriebsbindungsverträge, Alleinvertriebsverträge, Selektivvertriebsverträge	100
2. Depotsysteme, Abteilungskonzepte, Regalmietsystem	101
3. Der so genannte Strukturvertrieb (Schneeballsysteme)	101
4. Die Vertikalisierung von Verbundgruppen	102
§ 4 Die Rechtsnatur von Vertriebsverträgen	104
I. Der Rahmencharakter von Vertriebsverträgen	104
1. Rahmenvertrag und Ausführungsverträge	104
2. Nebenverträge und Anhangverträge	106
3. Wettbewerbliche Rahmenvereinbarungen	106
II. Der Dauerschuldcharakter von Vertriebsverträgen	107
1. Erhöhte Treuepflichten	107
2. Ungeschriebene Kontraktrituale	108
III. Rechtsnaturbestimmung der klassischen Vertriebsverträge im Einzelnen	109
1. Die Bedeutung der Rechtsnatur von Vertriebsverträgen	109
2. Belieferungs- und Fachhändlerverträge	109
3. Handelsvertreter- und Kommissionsagentenverträge	111
4. Vertragshändlerverträge	112
IV. Der Streit um die Rechtsnatur von Franchiseverträgen	117
1. Die frühere Mischvertragstheorie	117
2. Die lizenzvertragliche Franchisetheorie	118
3. Die geschäftsbesorgungsvertragliche Franchisetheorie	123
4. Typologie der Franchiseverträge	124
5. Typus und Rechtsnatur des Subordinations-Franchising	126
6. Typus und Rechtsnatur des Partnerschafts-Franchising	128
7. Konsequenzen der Rechtsnaturbestimmungen	133
V. Vertriebsvertragssysteme als Konzerne	134
1. Formen der Abhängigkeit	134
2. Die finanzpolitische Restautonomie des Absatzmittlers	136
§ 5 Kriterien für die Vertragstypenwahl	138
I. Einleitung	139
II. Rechtliche Kriterien der Vertragstypenwahl	140
1. Individualvertrag	140
2. Formularvertrag	140
3. Inhaltskontrolle nach dem Recht Allgemeiner Geschäftsbedingungen (§§ 305 ff. BGB)	141
4. Ausgewogenheit des Vertriebsvertrages (§ 138 BGB)	142
5. EU-Gruppenfreistellungsverordnungen	144
III. Betriebswirtschaftliche Kriterien für die Vertragstypenwahl	146
1. Buchhaltung/Buchführung	146
2. Controlling	147
3. Liquidität und Rentabilität	147
4. Betriebswirtschaftliche Kriterien vs. Selbständigkeit des Absatzmittlers	147
IV. Allgemeine Kriterien der Vertragstypenwahl	148
1. Anwendbares Recht	148
2. Bezugsbindung vs. Bezugsfreiheit	148
3. Diversifikationsprodukte vs. Alleinbezugsverpflichtung	149
4. Preispolitik (Preisbindung vs. Preisfreiheit)	150

Inhaltsverzeichnis

5. Know-how-Transfer vs. Markenlizenzierung	151
6. Vertragslaufzeit vs. Investitionen des Absatzmittlers	151
7. Investitionen des Absatzmittlers (vorgegebene Investitionen vs. Eigeninvestitionen) ...	152
8. Kundenstamm (Ausgleichszahlung vs. Weiternutzung durch den Absatzmittler)	153
9. Wettbewerbsverbot (Karencenschädigung vs. Konkurrenz durch den Absatzmittler) ..	153
V. Vertragsmanagement	154
1. Vertragsplanung	154
2. Vertragsdesign	155
3. Vertragsverhandlungen/Informationssymmetrie	155
§ 6 Überblick über den Rechtsrahmen	156
I. Überblick	159
II. Kauf- und Handelsrecht	160
1. Bürgerliches Kaufvertragsrecht	160
2. Handelsrechtliche Modifikationen bürgerlichen Kaufvertragsrechts	162
3. Das Vertriebsvertragsrecht im Lichte handelsrechtlicher Bestimmungen	163
III. Verbraucherschutzrecht	164
1. Produkthaftungsrecht	164
2. Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen	165
3. Verbraucherkreditrecht	167
4. Recht der Haustürgeschäfte	169
5. Recht des Verbrauchsgüterkaufs	170
6. Recht des Fernabsatzes	171
IV. Wirtschaftsrecht	171
1. Kartellrecht	171
2. Wettbewerbsrecht	172
3. Sonstiges Wirtschaftsrecht	177
V. Der transnationale Rechtsrahmen	178
1. UN-Kaufrecht	178
2. Europäisches Wirtschaftsrecht	180
3. Weltwirtschafts- und internationales Vertriebsrecht	182
2. Kapitel. Vertriebsrecht und Verbraucherschutzrecht	
§ 7 Allgemeine Grundsätze, Widerrufsbelehrung und Widerrufsrecht	187
I. Einleitung	189
II. Entwicklung der Gesetzgebung zur Widerrufsbelehrung bei Vertriebsverträgen	190
1. Vertriebsverträge und Abzahlungsgesetz (AbzG)	190
2. Vertriebsverträge und Verbraucherkreditgesetz (VerbrKG)	190
3. Widerrufsbelehrung de lege lata	192
4. Widerrufsbelehrung nach der 3. Änderungsverordnung der BGB-InfoVO	193
III. Entwicklung der Rechtsprechung zur Widerrufsbelehrung	194
1. Drucktechnisch deutliche Gestaltung der Widerrufsbelehrung	194
2. Berechnung der Widerrufsfrist	195
3. Existenzgründungs-Absatzmittler	195
4. Widerrufswertgrenze i. S. v. § 507 BGB	197
IV. Hinweise für die Praxis der Widerrufsbelehrung	198
1. Muster zur Widerrufsbelehrung	198
2. Nachträgliche Widerrufsbelehrung	198
3. Anschrift des Unternehmens	198
4. Angabe des Datums der Widerrufsbelehrung	199
5. Beweislast einer ordnungsgemäßen Widerrufsbelehrung	199
6. Erstreckung der Unterschrift auf weitere Urkunden/Zusätze	199
V. Widerrufsbelehrung und Bezugsbindung	200
VI. Widerrufsbelehrung und Franchise-Handbuch	201
VII. Widerrufsbelehrung und Vertragssprache	202
VIII. Widerrufsbelehrung de lege ferenda	202
1. Umsetzungsgesetz zur EU-Verbraucherrichtlinie	202
2. Bedeutung des neuen Rechts	202
3. Widerrufsbelehrung nach neuem Recht	202
4. Inkrafttreten	204
IX. Widerrufsbelehrung und Vertragstypen	205
1. Franchise-Vertrag	205

Inhaltsverzeichnis

2. Handelsvertretervertrag	205
3. Vertragshändlervertrag	205
4. Fachhändlervertrag	206
5. Kommissionsvertrag	206
§ 8 Haustürgeschäfte (§§ 312–312 a BGB)	207
I. Einleitung	207
II. Zweck der gesetzlichen Regelung	209
III. Begrifflichkeiten	209
1. Unternehmer (andere Vertragspartei)	209
2. Verbraucher (Kunde)	210
3. Entgeltliche Leistung	211
4. Vertragsschlusssituation	211
IV. Situationsbedingte Voraussetzungen (§ 312 Abs. 1, Ziff. 1–3 BGB)	211
1. Gemeinsame Voraussetzungen	211
2. Arbeitsplatz/Privatwohnung (§ 312 Abs. 1 Ziff. 1 BGB)	212
3. Freizeitveranstaltung (§ 312 Abs. 1 Ziff. 2 BGB)	212
4. Verkehrsmittel/öffentlich zugängliche Verkehrsfläche (§ 312 Abs. 1 Ziff. 3 BGB)	212
V. Belehrungspflicht (§ 312 Abs. 2 BGB n. F.)	213
VI. Rechtsfolge eines Widerrufs	213
VII. Ausnahmetatbestände (§ 312 Abs. 3 BGB)	213
VIII. Richtlinienkonforme Auslegung von § 312 BGB	214
IX. Verhältnis zu anderen Vorschriften (§ 312 a BGB)	214
§ 9 Fernabsatzverträge (§§ 312 b–312 d und § 312 f BGB)	215
I. Regelungsanliegen und Hintergründe	216
II. Die europäischen Richtlinien und ihre Umsetzung	218
III. Persönlicher Anwendungsbereich	218
IV. Abgrenzung der Fernabsatzverträge	219
V. Fernkommunikationsmittel	221
VI. Die Ausnahmehereiche	223
VII. Dauerschuldverhältnisse	224
VIII. Das Günstigkeitsprinzip	224
IX. Zustandekommen und Abwicklung von Fernabsatzverträgen im Allgemeinen	224
X. Die Informationen des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen	225
XI. Die Neufassung von § 312 c Abs. 1 und 2	230
XII. Widerrufs- und Rückgaberecht bei Fernabsatzverträgen	230
XIII. Die Neuregelung des § 312 d Abs. 2 und Abs. 5 BGB	233
XIV. Der neue § 312 f BGB	233
§ 10 E-Commerce-Verträge (§ 312 e BGB)	235
I. E-Commerce-Verträge als Fernabsatzverträge	236
II. Regelungsbereich des § 312 e BGB	237
III. Überblick über das Regelungsgefüge	237
IV. Tele- oder Mediendienste und Telemedien	238
V. Allgemeines zum Abschluss von E-Commerce-Verträgen	240
VI. Die Korrektur von Eingabefehlern	241
VII. Die Informationspflichten im Einzelnen	242
§ 11 Produkthaftung und Versicherbarkeit	246
I. Begriff der Produkthaftung, dogmatische Einordnung	249
II. Abgrenzung der Produkthaftung zur vertraglichen Haftung	249
1. Vertragliche Haftung	250
2. Das Verhältnis der vertraglichen Haftung zu der Produkthaftung	250
3. Rechte/Ansprüche aus vertraglicher Haftung	251
4. Verjährungsfrist für Mängelansprüche beim Kauf	252
5. Abgrenzung Kauf/Produkthaftung	252
6. Rügepflicht des Käufers beim beiderseitigen Handelsgeschäft	252
III. Abgrenzung der Produkthaftung von öffentlich-rechtlichen Sicherheitsvorschriften	253
1. Ziel der öffentlich-rechtlichen Vorschriften	254
2. Einfluss öffentlich-rechtlicher Vorschriften auf die Produkthaftung	255
IV. Produkthaftung gemäß § 823 BGB	256
1. Prinzip der Verschuldenshaftung	256

Inhaltsverzeichnis

2. Der Begriff des Produkts	256
3. Personeller Anwendungsbereich	256
4. Fehlerbegriff, Haftungskategorien, Pflichten des Herstellers, zu berücksichtigende Kriterien	258
5. „Weiterfresserschäden“	267
6. Verschuldensabhängige Haftung/Beweislastumkehr	268
7. Haftungsausschluss	269
8. Haftungsumfang	269
9. Mehrere Ersatzpflichtige	269
10. Verjährung	270
11. Schutzgesetzverletzung	270
V. Das Produkthaftungsgesetz	271
1. Prinzip der verschuldensunabhängigen Haftung	271
2. Produkt im Sinne des Produkthaftungsgesetzes	272
3. Fehlerbegriff, Haftungskategorien	272
4. Herstellerbegriff, Haftungsschuldner	273
5. Vertraglicher Haftungsausschluss	278
6. Haftungsumfang, Gesamtschuldnerische Haftung mehrerer Beteiligter	278
7. Entlastungsmöglichkeiten	280
8. Produktbeobachtung nach dem Produkthaftungsgesetz	283
9. Verjährung, Erlöschen von Ansprüchen	283
10. Anspruchskonkurrenz von Produkthaftungsgesetz und § 823 BGB	283
VI. Versicherbarkeit	284
1. Deckung im Rahmen der allgemeinen Betriebshaftpflichtversicherung	284
2. Das Produkthaftpflichtmodell	285
3. Bausteine des Produkthaftpflichtmodells, Auslandsdeckung, Ausschlüsse, Serienschäden	286
4. Rückrufkosten-Haftpflichtversicherung für Hersteller und Handelsbetriebe sowie für Kfz-Teile-Zulieferer	292
5. Rechtsschutz- und Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Manager (D & O-Versicherung)	293
3. Kapitel. Vertriebsrecht und Arbeitsrecht	
§ 12 Absatzmittler als Arbeitnehmer oder als Selbständige	295
I. Zwei Formen von Absatzmittlern	296
II. Die Bedeutung der Unterscheidung	296
1. Die Bedeutung der Unterscheidung aus der Sicht des Unternehmers	297
2. Die Bedeutung der Unterscheidung aus der Sicht des Absatzmittlers	299
III. Die Abgrenzungskriterien nach der Rechtsprechung	300
1. Arbeitsrecht	301
2. Steuerrecht	304
3. Sozialversicherungsrecht	304
IV. Der Arbeitnehmerähnliche	305
1. Sonderregeln für Handelsvertreter	305
2. Sonderregeln für Arbeitnehmerähnliche im Allgemeinen	306
3. Stellungnahme zum Arbeitnehmerähnlichen	306
V. Stellungnahme zur Arbeitnehmereigenschaft	306
§ 13 Handelsvertreter als Arbeitnehmer oder als Selbständige	310
I. Abgrenzung der einzelnen Typen von Vertriebsmittlern	311
II. Die gesetzliche Regelung für Handelsvertreter	311
1. Die Bedeutung des EG-Rechts	311
2. Der Normaltypus des Handelsvertreters	311
3. Versicherungs- und Bausparkassenvertreter	314
4. Einfirmenvertreter	314
5. Arbeitnehmerähnliche Handelsvertreter	314
6. Nebenberufliche Handelsvertreter	315
III. Die Abgrenzung zwischen selbständigen und angestellten Handelsvertretern in der Rechtsprechung	315
1. Frühere Rechtsprechung	315
2. Neuere Entscheidungen	316

Inhaltsverzeichnis

IV. Schrifttum	320
V. Stellungnahme	321
1. Grundsätze	321
2. Formale Merkmale	322
3. Teleologische Begriffsbildung	322
4. Kennzeichen für Selbständigkeit	322
5. Kennzeichen für Arbeitnehmereigenschaft	323
§ 14 Franchisenehmer als Arbeitnehmer oder als Selbständige	325
I. Gesetzliche Regelung	325
II. Rechtsprechung und Literatur	326
1. Definition	326
2. Arbeitnehmer oder Selbständiger	326
§ 15 Kommissionäre und Vertragshändler als Arbeitnehmer oder als Selbständige	331
I. Kommissionär	331
1. Gesetzliche Regelung	331
2. Rechtsprechung und Literatur	332
3. Stellungnahme	332
II. Vertragshändler	333
1. Gesetzliche Regelung	333
2. Stellungnahme	334
§ 16 Absatzmittler als Arbeitnehmer	335
I. Besondere Vorschriften des HGB	336
1. Die Sonderregelung der §§ 59 ff. HGB	336
2. Der Begriff des Handlungsgehilfen	336
3. Die Nichteinstellungsvereinbarung	337
4. Die Entgeltregelung	337
5. Der Gleichbehandlungsgrundsatz	339
6. Technischer Arbeitsschutz	340
7. Das Wettbewerbsverbot während des Bestehens des Arbeitsverhältnisses	340
8. Das nachvertragliche Wettbewerbsverbot	344
9. Der Zeugnisanspruch	346
10. Das Außenverhältnis zum Kunden	346
II. Allgemeines Arbeitsrecht	347
1. Das Arbeitsrecht der Handlungsgehilfen	347
2. Das Arbeitsrecht der sonstigen abhängig beschäftigten Absatzmittler	348
4. Kapitel. Der Handelsvertretervertrag	
§ 17 Der Abschluss und Inhalt des Handelsvertretervertrages	349
I. Merkmale des Handelsvertreters	352
1. Wirtschaftliche Bedeutung	352
2. Der Handelsvertreter iSd. § 84 HGB	353
3. Leitbild-Pluralismus des Handelsvertreters	356
II. Aufbau und Inhalt eines Handelsvertretervertrages	360
1. Typischer Aufbau eines Handelsvertretervertrages	360
2. Rechtsnatur und Abschluss des Handelsvertretervertrages	361
3. Anwendbares Recht	363
4. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	364
2. Pflichten des Unternehmers	368
3. Beendigung eines Handelsvertretervertrages	370
III. Formvorschriften des Handelsvertretervertrages	378
1. Formfreiheit des Handelsvertretervertrages	378
2. Konkludenter Abschluss eines Handelsvertretervertrages	379
3. Schriftformerfordernis gem. § 34 GWB a. F.	379
4. Schriftform auf Grund zivil- und handelsrechtlicher Vorschriften	380
IV. Gesetz- und Sittenwidrigkeit eines Handelsvertretervertrages	380
1. Nichtigkeit des Handelsvertretervertrages wegen eines Gesetzesverstoßes	380
2. Sittenwidrigkeit eines Handelsvertretervertrages	382

Inhaltsverzeichnis

V. Inhaltskontrolle von Handelsvertreterverträgen	383
1. Die Inhaltskontrolle von Handelsvertreterverträgen nach den Vorschriften des §§ 305 ff. BGB	383
2. Einzelklauseln eines Handelsvertretervertrages und Allgemeine Geschäftsbedingungen	383
VI. Handelsvertreterverträge und Verbraucherschutz	384
1. Handelsvertreterverträge und Verbraucherschutzvorschriften (§§ 491 ff. BGB)	384
2. Handelsvertrag und Haustürgeschäfte	385
3. Handelsvertretung/Neues Unternehmen	385
VII. Das vorvertragliche Vertrauensverhältnis	386
1. Umfang der vorvertraglichen Aufklärungspflicht des Unternehmers	386
2. Disclosure Rules bei Handelsvertreterverträgen?	386
3. Schadensersatzanspruch nach den Grundsätzen der culpa in contrahendo bei Verletzung vorvertraglicher Aufklärungspflichten	386
VIII. Nebenverträge und Durchführungsverträge zum Handelsvertretervertrag	387
1. Mietvertrag	387
2. Vertrag über Service- und Reparaturleistungen	387
3. Datenübertragung Unternehmen/Handelsvertreter	387
4. Versicherungsverträge	387
IX. Handelsvertreter und Sozialversicherungsrecht	387
§ 18 Die Durchführung des Handelsvertretervertrages	389
I. Einzelregelungen eines Handelsvertretervertrages	390
1. Provisionsanspruch des Handelsvertreters	390
2. Delkrederehaftung gem. § 86 b HGB	398
3. Weitere Handelsvertretervergütungen	398
4. Sonstige Rechte des Handelsvertreters	399
5. Verjährung der Ansprüche des Handelsvertreters	401
II. Rechtsrahmen von Handelsvertreterverträgen	402
1. Handelsvertreterrecht und Deutsches Kartellrecht	402
2. Handelsvertreterrecht und Europäisches Kartellrecht	405
3. Handelsvertreterrecht und Wettbewerbsrecht	409
III. Eigenhaftung des Handelsvertreters	410
1. Grundsätze zur Eigenhaftung	410
2. Gewährleistungsabreden des Handelsvertreters	412
3. Handelsvertreter und Produkthaftung	413
IV. Leistungsstörungen beim Handelsvertretervertrag	413
1. Nichtleistung und Schlechtleistung	414
2. Schuldnerverzug beim Handelsvertretervertrag (§ 326 BGB)	414
3. Annahmeverzug des Unternehmers (§ 615 BGB)	415
4. Wegfall der Geschäftsgrundlage (§ 313 BGB) bei Handelsvertreterverträgen?	415
§ 19 Vertragsbeendigung	416
I. Fälle der Vertragsbeendigung	416
II. Die ordentliche Kündigung	418
1. Gesetzliche Regelung	418
2. Vertragliche Kündigungsregelungen	419
3. Fehlerhafte und unwirksame Kündigungen	420
4. Wirkung der Kündigung	421
III. Die außerordentliche Kündigung	421
1. Grundlage	421
2. Wichtige Kündigungsgründe des Unternehmers	425
3. Wichtige Kündigungsgründe des Handelsvertreters	427
4. Kündigungserklärung	427
5. Rechtsfolgen außerordentlicher Kündigung	429
IV. Kündigungsschutz	431
1. Grundlagen	431
2. Kartellrechtlicher Umstellungsschutz	431
3. Der Investitionsersatzanspruch	432
Handelsvertreterverträge in der Insolvenz	433
I. Insolvenz des Unternehmers	433
II. Insolvenz des Handelsvertreters	435

Inhaltsverzeichnis

§ 20 Der Ausgleichsanspruch (ohne Versicherungs- und Bausparkassenvertreter)	436
I. Rechtsnatur	437
1. Grundlagen	437
2. Anwendungsbereich	438
II. Voraussetzungen und Höhe des Anspruches	438
1. Entstehungsgeschichte und geltende Fassung von § 89b Abs. 1 HGB	438
2. Unternehmervorteile	439
4. Billigkeit	447
5. Höhe des Anspruches	454
III. Ausschluss des Ausgleichsanspruches	456
1. Eigenkündigung (§ 89b Abs. 3 Nr. 1 HGB)	456
2. Kündigung aus wichtigem Grund durch den Unternehmer (§ 89b Abs. 3 Nr. 2 HGB)	459
3. Eintritt eines Dritten (§ 89b Abs. 3 Nr. 3 HGB)	460
4. Vertraglicher Ausschluss	461
IV. Der Ausgleichsanspruch in grenzüberschreitenden Verträgen	463
1. Geltung deutschen Rechtes	463
2. Geltung ausländischen Rechtes	464
V. Geltendmachung; Verjährung; Verwirkung	465
1. Geltendmachung; Verjährung	465
2. Verwirkung	467
§ 21 Nachvertragliche Abwicklungsprobleme	468
I. Nachvertragliche Vergütungsansprüche	468
1. § 87 Abs. 3 S. 1 Nr. 1 HGB	468
2. § 87 Abs. 3 S. 1 Nr. 2 HGB	471
II. Geheimnisschutz und Wettbewerbsbeschränkung	471
1. Geheimnisschutz	471
2. Wettbewerbsbeschränkung	473
III. Verjährung	477
1. Die gesetzliche Verjährung	477
2. Vertragliche Verjährungsregeln	477
IV. Rückgabe von Vertragswaren und Ersatzteilen; Kartellrechtliche Weiterbelieferungsansprüche	478
1. Rückgabe von Vertragswaren und Ersatzteilen	478
2. Herausgabe von Kundenanschriften	478
3. Kartellrechtliche Weiterbelieferungsansprüche	478
5. Kapitel. Der Vertragshändlervertrag	
§ 22 Abschluss, Inhalt und Durchführung	481
I. Merkmale des Vertragshändlers	482
1. Begriffsbildung	482
2. Abgrenzungsfragen	483
II. Aufbau und Inhalt	485
1. Spezifische Besonderheiten des Vertragshändlervertrages	485
2. Vertragsgestaltung	485
3. Rechte und Pflichten der Vertragsparteien	486
III. Nebenverträge und Durchführungsverträge	493
1. Konsignationslagervertrag	493
2. Service- und Werkstattvertrag	494
IV. Formvorschriften	494
1. Schriftform	494
2. Vertragsurkunde	495
V. Gesetz- und Sittenwidrigkeit	495
1. Allgemeines	495
2. Einzelfragen	496
3. Konsequenzen	497
VI. AGB-rechtliche Inhaltskontrolle	497
1. Allgemeines	497
2. Typische Klauselwerke	499
VII. Verbraucherschutzrechtliche Kontrolle	504
1. Anwendbarkeit des Verbraucherschutzrechts	504

Inhaltsverzeichnis

2. Widerrufsrecht	505
3. Kaufmannseigenschaft	505
4. Verbraucherbegriff	505
VIII. Das vorvertragliche Vertrauensverhältnis	506
1. Allgemeines	506
2. Aufklärungs- und Hinweispflichten	506
IX. Laufzeit	507
1. Rechtsvorschriften für die Vertragsdurchführung	507
2. Besondere Durchführungsprobleme in der Praxis	509
X. Gewährleistungshaftung	512
1. Herstellergarantie, Gewährleistungsarbeiten	512
2. Rückvergütungspauschalen	512
3. Sonstiges	513
§ 23 Vertragsbeendigung	514
I. Vertragliche Kündigungsregelungen	515
1. Vertragsbeendigung durch Kündigung	515
2. Wesen der Kündigung	515
3. Kündigungsfristen	516
II. Gesetzliche Kündigungsregelungen	519
1. Ordentliche Kündigung	519
2. Außerordentliche Kündigung	519
3. Insolvenz	520
III. Die ordentliche Kündigung	520
1. Kündigungsgründe	520
2. Kündigungsfristen	521
IV. Die außerordentliche Kündigung	522
1. Wichtiger Grund	522
2. Beispiele wichtiger Gründe	523
3. Vereinbarung wichtiger Gründe	524
4. Ausgestaltung der außerordentlichen Kündigung	524
5. Nachschieben von Kündigungsgründen	525
6. Kündigungsfristen	525
7. Abmahnung	526
8. Rechtsfolgen der außerordentlichen Kündigung	526
9. Schadensersatz	526
10. Beweislast	527
V. Sonstige Beendigungsgründe	527
1. Einvernehmliche Vertragsbeendigung	527
2. Anfechtung	527
3. Teilkündigung	528
4. Tod des Vertragshändlers/Herstellers	528
5. Insolvenz des Vertragshändlers/Herstellers	528
VI. Der kartellrechtliche Umstellungsschutz	528
1. Diskriminierungsverbot	528
2. Auswirkungen des Diskriminierungsverbotes	529
VII. Der Investitionersatzanspruch	529
1. Gesetzliche Anspruchsgrundlage	530
2. Vertragliche Anspruchsgrundlage	530
3. Höhe des Investitionersatzanspruches	531
4. Einschränkung/Ausschluss des Investitionersatzanspruches	531
§ 24 Der Ausgleichsanspruch des Vertragshändlers	533
I. Voraussetzung für eine entsprechende Anwendung des § 89b HGB	534
1. Wirksame Beendigung des Vertrages	535
2. Einbindung in das Vertriebsnetz	536
3. Überlassung von Kundendaten	538
4. Auswirkungen auf den Kfz-Bereich nach Inkrafttreten der GVO 1400/02	544
5. Schutzbedürftigkeit	545
6. Abdingbarkeit des Ausgleichsanspruchs	546
II. Bemessung des Ausgleichsanspruchs	548
1. Beendigung des Vertragsverhältnisses	549
2. Vorteile des Herstellers	549

Inhaltsverzeichnis

3. Verluste des Vertragshändlers	553
4. Berechnung des Unternehmervorteils	553
5. Ersatzteile	554
6. Billigkeitsgesichtspunkte	555
7. Ausgleichshöchstgrenze	557
8. Gesetzliche Ausschlüsse des Ausgleichsanspruchs	558
III. Übernahmepauschale	559
IV. Fristen	560
1. Ausschlussfrist	560
2. Verjährung	560
§ 25 Nachvertragliche Abwicklungsprobleme	561
I. Nachvertragliche Vergütungsansprüche	561
II. Rückgabe von Vertragswaren und Ersatzteilen	562
1. Gesetzliche Vorschriften	562
2. Vertragliche Vereinbarungen	563
3. Rückgabemodalitäten	564
4. Dauer der Rücknahmepflicht/Ausschlussfrist	565
5. Rückkaufpflicht des Händlers	565
III. Geheimnisschutz und Wettbewerbsverbot	566
1. Geheimnisschutz	566
2. Wettbewerbsverbot	566
6. Kapitel. Der Franchisevertrag	
§ 26 Entwicklung und Bedeutung von Franchiseverträgen	576
I. Franchising in den USA	576
1. Franchising der ersten Generation	576
2. Franchising der zweiten Generation	577
3. Vom Boom zur Krise	578
4. Expansion, Konsolidierung und dritte Generation	579
II. Franchising in Deutschland und den Nachbarländern	579
1. Die kontinuierliche Ausbreitung	579
2. Franchising in den neuen Bundesländern	581
3. Zukunftsaussichten und Verbandsaktivitäten	582
III. Subordinations- und Partnerschafts-Franchising	584
1. Gemeinsamkeiten	584
2. Subordinations-Franchising	585
3. Partnerschafts-Franchising	587
§ 27 Abschluss und Durchführung von Franchiseverträgen	588
I. Die vorvertragliche Rechtslage	588
1. Vorvertragliche Aufklärungspflichten	588
2. Vorverträge bei Franchiseverträgen	591
II. Aufbau und Inhalt von Franchiseverträgen	591
III. Der Abschluss von Franchiseverträgen	595
1. Formfragen	595
2. Sittenwidrigkeitskontrolle	595
3. Franchiseverträge und AGB-Recht	599
4. Franchiseverträge und Verbraucherkreditrecht	604
5. Arbeits- und sozialrechtliche Auswirkungen auf Franchiseverträge	607
6. Franchise-Handbücher (Manuals)	609
IV. Die Durchführung von Franchiseverträgen	610
1. Konsequenzen der Typenkombination	610
2. Die Anwendbarkeit geschäftsbesorgungsvertraglicher Vorschriften	613
3. Die Anwendbarkeit handelsvertreterrechtlicher Vorschriften	614
4. Ersatzansprüche des Franchisenehmers aus positiver Vertragsverletzung	618
5. Das Auftreten des Franchisenehmers im Geschäftsverkehr	620
V. Abschluss und Durchführung von Franchiseverträgen beim Partnerschafts-Franchising	630
1. Koordinations-Franchising	630
2. Koalitions-Franchising	631
3. Konföderations-Franchising	633

Inhaltsverzeichnis

§ 28 Kartellrechtliche Wirksamkeitsschranken von Franchiseverträgen	635
I. Wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen in Franchiseverträgen	635
1. Das Franchising als System von Vertikalbindungen	635
2. Wettbewerbliche Wirkungen von Ausschließlichkeitsbindungen	640
3. Horizontale Elemente beim Absatzmittlungs-Franchising	642
II. Franchisesysteme und EU-Wettbewerbsregeln	643
1. Systematische Übersicht	643
2. Franchising im aktuellen Gruppenfreistellungsrecht	645
III. Franchising im Lichte deutscher Kartellrechtsbestimmungen	647
1. Allgemeines	647
2. Franchising und Diskriminierungsverbot	650
IV. Besonderheiten des Partnerschafts-Franchising	654
1. Kartellrecht und Systemtypologie beim Franchising	654
2. Koordinations-Franchising	655
3. Koalitions-Franchising	656
4. Konföderations-Franchising	656
§ 29 Die Beendigung und die nachvertragliche Abwicklung von Franchiseverträgen	658
I. Die Bedeutung der Vertragsbeendigung für den Franchisenehmer	658
II. Die ordentliche Kündigung	660
1. Anlauffrist und Verlängerungsklausel	660
2. Gesetzliche Kündigungsfristen	661
3. AGB-rechtliche Korrekturen	662
III. Die außerordentliche Kündigung	664
1. Analogievoraussetzungen und Verdrängungswirkung des § 89 a HGB	664
2. Der wichtige Grund	666
3. Fristlose Kündigung und Wegfall der Geschäftsgrundlage	670
IV. Der Anlauf- oder Investitionsschutz des Franchisenehmers	671
1. Das Ordnungsanliegen	671
2. Dogmatisch-konstruktive Begründung	672
3. Kritische Würdigung	673
V. Der Auslauf- oder Umstellungsschutz des Franchisenehmers	674
1. Das Diskriminierungsverbot als Rechtsgrundlage	674
2. Wettbewerbsschutz und Sozialschutz	675
3. Inhaltliche und zeitliche Kündigungsschranken	676
4. Die Hemmung des Wirksamwerdens der Kündigung	677
5. Prozessuale Durchsetzung	678
VI. Die drei Säulen des Kündigungsschutzes beim Absatzmittlungs-Franchising	679
VII. Die Beendigung von Partnerschafts-Franchiseverträgen	680
VIII. Die nachvertragliche Abwicklung von Franchiseverträgen	681
1. Nachvertragliche Vergütungsansprüche des Franchisenehmers	681
2. Rückerstattung von Eintrittsgebühren	682
3. Rückgaberecht für Vertragsware und Ersatzteile	684
4. Das nachvertragliche Wettbewerbsverbot	686
5. Partnerschafts-Franchising	687
IX. Der Goodwill-Ausgleichsanspruch des Franchisenehmers analog § 89 b HGB	688
1. Die Rechtsnatur des § 89 b HGB	688
2. Die Analogievoraussetzungen	690
3. Die a-fortiori-Anwendung des § 89 b HGB beim Subordinations-Franchising	692
4. Die Bemessung des Ausgleichsanspruchs	694
5. Die Abwälzung des Ausgleichsanspruchs	695
7. Kapitel. Sonstige Vertriebsverträge und Regelungstypen	
§ 30 Fachhändlervertrag	699
I. Wirtschaftliche Bedeutung der Fachhandelsbindung	701
II. Der Abschluss von Fachhändlerverträgen	703
1. Der Fachhändlervertrag als Vertrag sui generis	703
2. Formbedürftigkeit des Fachhändlervertrages?	704
3. Anfechtung gem. §§ 119, 123 BGB	707
4. Sittenwidrigkeitskontrolle von Fachhändlerverträgen gem. § 138 BGB	709
5. Fachhändlerverträge und Allgemeine Geschäftsbedingungen	709
6. Fachhändlerverträge und Verbraucherschutz	712

Inhaltsverzeichnis

7. Disclosure-Rules bei Fachhändlerverträgen?	719
8. Selbständigkeit des Fachhändlers	720
9. Fachhändlervertrag und Sozialversicherungsrecht	722
III. Die Durchführung von Fachhändlerverträgen	723
1. Fachhändlervertrag als Geschäftsbesorgung?	723
2. Analoge Anwendung handelsrechtlicher Vorschriften auf Fachhändlerverträge	724
3. Fachhändlerverträge und Kartellrecht	725
4. Fachhändlerverträge und Wettbewerbsrecht	727
IV. Die Beendigung von Fachhändlerverträgen	729
1. Die Bedeutung der Vertragsbeendigung für den Fachhändler	729
2. Die Verlängerungsoption und das Recht auf Vertragsfortsetzung	729
3. Die ordentliche Kündigung von Fachhändlerverträgen	730
4. Die außerordentliche Kündigung von Fachhändlerverträgen	731
V. Die Rechtsfolgen der Beendigung des Fachhändlervertrages	738
1. Zahlungsansprüche	738
2. Rückgaberecht für Vertragsprodukte	739
3. Know-How-Schutz	740
4. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	740
5. Verjährung	743
6. Ausgleichsanspruch des Fachhändlers?	744
7. Investitionserstattungsanspruch des Fachhändlers?	744
8. Überhangprovision analog § 87 Abs. 3 HGB	745
§ 31 Kommissionär und Kommissionsagent	746
I. Grundlagen	747
II. Die Grundbegriffe des Kommissionsrechts	748
1. Kommissionär (§ 383 HGB)	748
2. Ausführungsgeschäft	748
3. Rechtsstellung des Kommissionärs	749
4. Eigentümerstellung des Kommissionärs	750
III. Das Kommissionsgeschäft	750
1. Beteiligte Personen	750
2. Das Kommissionsgeschäft als gegenseitiger Vertrag	750
3. Abgrenzung zum Ausführungsgeschäft	751
4. Abgrenzung des Kommissionsgeschäftes gegenüber Absatzmittlungsgeschäften	751
5. Kommissionsgeschäft als Geschäftsbesorgungsvertrag iSd § 675 BGB	752
IV. Ausgestaltung des Kommissionsvertrages	753
1. Kommissionär	753
2. Der Kommitent	756
3. Abschluss des Kommissionsvertrages	757
4. Beendigung des Kommissionsvertrages	757
5. Verjährung von Ansprüchen aus dem Kommissionsvertrag	758
6. Erfüllungsort/Gerichtsstand	759
V. Der Ausführungsvertrag	759
1. Rechtsnatur des Ausführungsvertrages	759
2. Verpflichtung des Kommitenten aus dem Ausführungsgeschäft?	759
3. Kommitentenschutz gem. § 392 Abs. 2 HGB	760
VI. Das Abwicklungsgeschäft	761
1. Grundsätzliches zum Abwicklungsgeschäft	761
2. Konkretisierung des Abwicklungsgeschäftes durch § 384 HGB	761
VII. Selbsteintrittsrecht des Kommissionärs (§ 400 HGB)	761
VIII. Verkaufskommission	762
1. Regelungsinhalt eines Vertrages über eine Verkaufskommission	762
2. Einzelprobleme der Verkaufskommission	762
IX. Einkaufskommission	763
1. Üblicher Regelungsinhalt eines Einkaufskommissionsvertrages	763
2. Einzelprobleme der Einkaufskommission	763
X. Kommissionsgeschäft und Kartellrecht	765
1. Kommissionsgeschäft und § 1 GWB (§ 14 GWB a. E.)	765
2. Kommissionsgeschäft und § 16 GWB a. F.	765
3. Gesamtnichtigkeit eines Kommissionsvertrages bei kartellrechtlichen Einzelregelungen	766
4. Kommissionsgeschäft und Europäisches Kartellrecht	767

Inhaltsverzeichnis

§ 32 Direktvertrieb – Direct-Marketing	768
I. Wirtschaftliche Bedeutung des Direct-Marketing	768
II. Rechtliche Einzelfragen des Direct-Marketing	769
1. Zivilrechtliche Fragen des Direct-Marketing	769
2. Kartellrechtliche Grenzen des Direct-Marketing	770
3. Direct-Marketing und Wettbewerbsrecht	770
4. Factory-Outlet	773
5. Direct-Marketing im Grenzbereich zwischen Wettbewerbs- und Vertragsrecht	773
6. Verfassungsmäßigkeit der Beschränkungen des Direct-Marketing	774
§ 33 Internetvertrieb – Electronic Commerce	775
I. Einleitung	778
II. Vertragsrecht und Verbraucherschutz	778
1. Vertragsschluss im Internet	779
2. Kunden- und Verbraucherschutz	781
III. Internetmarktplätze/Internet-Auktionen	792
1. Langzeitauktionen	793
2. Reverse-Auctions	808
3. Wettbewerbsrechtliche Grenzen von Internet-Auktionen	808
4. Restriktionen für den Vertrieb von Waren	811
5. Kartellrechtliche Problemstellungen bei Internetmarktplätzen	812
IV. Allgemeines Wettbewerbsrecht	815
1. Wettbewerbsrelevante Werbeformen im Internet	815
2. Trennungsgesetz	820
3. Markenrechtsverletzungen	821
V. Allgemeine Haftungsfragen	822
1. Haftung nach §§ 7–10 TMG	822
2. Die Störerhaftung	823
VI. Datenschutz	823
1. Rechtsgrundlagen	823
2. Verbot der Verarbeitung personenbezogener Daten mit Erlaubnisvorbehalt	824
3. Unterrichtungspflichten des Diensteanbieters	826
4. Zulässigkeit der Datenerhebung	826
5. Der Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS)	830
VII. Altersverifikationssysteme	831
1. Vertrieb von Bildträgern über das Internet	832
2. Angebote in Telemedien	832
§ 34 Versandhandel und Teleshopping	834
A. Versandhandel	835
I. Wirtschaftliche Bedeutung des Versandhandels	835
1. Wirtschaftliche Kennzahlen des Versandhandels	835
2. Versandhandel und Fernabsatzverträge	836
II. Vertragsabschluss	837
1. Katalogversendung	837
2. Bestellformular	838
3. Annahme der Bestellung	838
4. Widerrufsrecht/Rückgaberecht	838
5. Anfechtung des Vertrages gem. §§ 119, 123 BGB	839
6. Sittenwidrigkeit gem. § 138 BGB	841
7. Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen des Versenders	841
8. Versandhandel und Gewährleistungsrecht	842
9. Schadensersatzforderungen des Bestellers	842
III. Einzelfragen des Versandhandels	842
1. Versandhandel und Verbraucherschutz	842
2. Versandhandel und Wettbewerbsrecht	844
3. Versandhandel und Preisausschreiben	847
4. Rücktrittsrecht des Verbrauchers gem. § 13 a UWG (i. d. F. d. 6. GWB-Novelle)	848
B. Teleshopping	849
I. Teleshopping als Vertriebsform	849
II. Teleshopping und Vertragsrecht	850
1. Vertragsabschluss	850
2. Anfechtung des Vertrages	851

Inhaltsverzeichnis

3. Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen	852
4. Gewährleistungsrecht	853
5. Schadensersatzforderungen des Bestellers	854
III. Einzelfragen des Teleshopping	855
1. Rundfunkrechtliche Zulässigkeit	855
2. Wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit des Teleshopping	855
3. Teleshopping und Verbraucherschutz	859
4. Teleshopping und Ladenschlussgesetz	860
§ 35 Vertriebliche Verbundgruppen	862
I. Erscheinungsformen und wirtschaftliche Bedeutung der Verbundgruppen	864
1. Begriffsbestimmung	864
2. Abgrenzung der Verbundgruppen von weiteren Kooperationsformen	864
3. Wirtschaftliche Bedeutung der Verbundgruppen	865
II. Gesellschaftsrechtliche Strukturen der Verbundgruppen	866
1. Eingetragene Genossenschaft	866
2. Gesellschaft mit beschränkter Haftung	867
3. GmbH & Co.KG	867
4. Aktiengesellschaft	868
III. Zivilrechtliche Aspekte	868
1. Geschäftsarten der Verbundgruppen	868
2. Allgemeines zu den Vertragsverhältnissen zwischen Verbundgruppe, Mitglieder und Lieferanten	870
3. Rechtliche Einordnung der Geschäfte zur Warenbeschaffung	872
4. Besonderheiten der Zentralregulierung mit Delkredereversprechen	878
5. Weitere Leistungen der Verbundgruppen	879
6. „Verbundgruppenfranchising“	879
IV. Kartellrechtliche Aspekte	881
1. Verträge der Verbundgruppen als horizontale Vereinbarungen	881
2. Verträge der Verbundgruppen als vertikale Vereinbarungen	883
3. Nachfragemacht der Verbundgruppen	884
8. Kapitel. Europäisches Kartellrecht	
§ 36 Grundlagen	885
I. Einführung	887
II. Geltungsbereich	887
1. Räumlicher Geltungsbereich	887
2. Sachlicher Geltungsbereich	889
3. Extraterritoriale Anwendung	891
4. Verhältnis zum innerstaatlichen Recht	893
III. Artikel 101 AEUV	896
1. Die Tatbestandsmerkmale des Artikel 101 Abs. 1 AEUV	896
2. Das System der Legalausnahmen	900
3. Gruppenfreistellungsverordnungen	902
4. Einzelfallentscheidung (Feststellung der Nichtanwendbarkeit, Art. 10 VO 1/2003)	908
5. „Rule-of-Reason-Ausnahmen“ im System der Legalausnahmen	909
6. Freistellungskriterien nach Art. 101 Abs. 3 AEUV	911
IV. Artikel 102 AEUV	913
1. Verhältnis zu Artikel 101 AEUV	913
2. Missbrauch marktbeherrschender Stellungen	915
3. Rechtsfolgen	920
§ 37 Die Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Wettbewerbsbeschränkungen ..	922
A. Allgemeines	928
I. Grundkonzept	924
II. Überblick	924
III. Verhältnis zu anderen GVO	925
IV. Auslegungsmittel	925
V. Rechtsquellen	927
B. Anwendungsbereich	928
I. Die Schirmfreistellung des Art. 2 Abs. 1	928
1. Vertikale Vereinbarungen	928
2. Vertikale Beschränkungen	929

Inhaltsverzeichnis

II. Sonderkonstellationen	932
1. Vertikale Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern, Art. 2 Abs. 4	932
2. Vereinbarungen mit Verbundgruppen, Art. 2 Abs. 2	933
III. Die 30%-Marktanteilsgrenze	933
1. Grundlagen	933
2. Berechnung	934
3. Korridor	935
C. Kernbeschränkungen, Art. 4 – „Schwarze Liste“	935
I. Allgemeines	935
II. Mindest- und Festpreisbindungen, Art. 4 lit. a)	936
III. Gebiets- und Kundenkreisbeschränkungen, Art. 4 lit. b)	938
1. Grundsatz	938
2. Ausnahmen	938
IV. Beschränkungen in selektiven Vertriebssystemen, Art. 4 lit. c) und d)	941
V. Beschränkung von Ersatzteilverkäufen, Art. 4 lit. e)	942
D. Nicht freigestellte Wettbewerbsbeschränkungen, Art. 5 – „Rote Liste“	942
I. Überblick	942
II. Wettbewerbsverbote für mehr als 5 Jahre, Art. 5 lit. a)	942
III. Nachvertragliche Wettbewerbsverbote, Art. 5 lit. b)	944
IV. Individualisierte Wettbewerbsverbote in selektiven Vertriebssystemen, Art. 5 lit. c)	944
E. Verfahrensfragen im Überblick	945
I. Entzug der Freistellung im Einzelfall	945
1. Entzug durch die Kommission, Art. 6	945
2. Entzug durch nationale Behörden, Art. 7	945
3. Entzug durch Verordnung, Art. 8	946
II. Hinweise zum Zivilprozess	946
F. Ausblick auf die neue Vertikal-GVO	947

9. Kapitel. Deutsches Kartellrecht

§ 38 Vertikale Wettbewerbsbeschränkungen im deutschen Kartellrecht	949
A. Die Übernahme des EG-Vertriebskartellrechts durch die 7. GWB-Novelle	949
B. Besonderheiten bei der Anwendung des GWB	949
§ 39 Das Behinderungs- und Diskriminierungsverbot des § 20 Abs. 1 bis 5 GWB	951
I. Einführung	954
1. Bedeutung der Vorschrift	955
2. Entstehungsgeschichte	955
3. Schutzzweck	956
4. Allgemeine Bedeutung	957
5. Bedeutung für das Vertriebsrecht	957
6. Beurteilung des Behinderungswettbewerbs nach GWB und UWG	958
7. Verhältnis zum EG-Kartellrecht	960
II. Überblick über das Behinderungs- und Diskriminierungsverbot des § 20 Abs. 1 und 2 GWB	960
1. Tatbestände, Adressaten	960
2. Relevanter Markt	961
3. Beteiligte	961
III. Marktbeherrschende Unternehmen und Unternehmensvereinigungen (§ 20 Abs. 1 GWB)	962
1. Tatbestand	962
2. Unternehmensbegriff	963
3. Marktbeherrschung	964
4. Vereinigung von Unternehmen, Legalisierte Kartelle	968
5. Preisbindende Unternehmen	969
IV. Marktstarke Unternehmen und Unternehmensvereinigungen (§ 20 Abs. 2 Satz 1 GWB)	969
1. Überblick	970
2. Auslegungsgrundsätze	970
3. Objektive und subjektive Kriterien	971
4. Verhältnis zu § 20 Abs. 1 GWB	971
5. Unternehmensbegriff	972
6. Kleine und mittlere Unternehmen	972

Inhaltsverzeichnis

7. Relevanter Markt	973
8. Abhängigkeit	973
9. Fallgruppen der Abhängigkeit	977
10. Diskriminierung von Wettbewerbern relativ marktstarker Unternehmen	982
11. Die Abhängigkeitsvermutung des § 20 Abs. 2 Satz 2 GWB	983
V. Gleichartigen Unternehmen üblicherweise zugänglicher Geschäftsverkehr	986
1. Maßgeblicher Geschäftsverkehr	987
2. Gleichartigkeit der Unternehmen	988
3. Die Gleichartigkeit im Einzelnen	988
4. Üblicherweise zugänglicher Geschäftsverkehr	994
VI. Behinderung, Diskriminierung	998
1. Überblick	998
2. Verhältnis beider Tatbestände zueinander	998
3. Behinderung	999
4. Mittelbare Behinderung	1000
5. Diskriminierung	1001
VII. Unbilligkeit, Fehlen der sachlichen Rechtfertigung	1003
1. Überblick	1003
2. Verhältnis der beiden Tatbestände zueinander	1004
3. Interessenabwägung	1004
4. Zeitpunkt, Beweislast	1006
5. Einzelfälle	1006
6. Beweislast	1026
VIII. Verschulden	1026
IX. Aufforderung oder Veranlassung zur Gewährung von Vorteilen § 20 Abs. 3 GWB	1027
1. Normadressaten	1028
2. Verbotenes Verhalten	1028
3. Geschäftsverkehr	1028
4. Gewährung sachlich nicht gerechtfertigter Vorteile	1029
5. Rechtsfolgen	1029
X. Behinderungsverbot für Unternehmen mit überlegener Marktmacht (§ 20 Abs. 4 und 5 GWB)	1029
1. Überblick	1030
2. Überlegene Marktmacht	1030
3. Kleine oder mittlere Wettbewerber	1031
4. Behinderung	1031
5. Unbilligkeit	1032
6. Regelbeispiel: Anbieten unter Einstandspreis (§ 20 Abs. 4 S. 2 Nr. 2)	1032
7. Regelbeispiel: Anbieten von Lebensmitteln unter Einstandspreis (§ 20 Abs. 4 Satz 2 Nr. 1)	1034
8. Regelbeispiel: Kosten-Preis-Schere (§ 20 Abs. 4 Satz 2 Nr. 3)	1036
9. Beweislastregel des § 20 Abs. 5 GWB	1036
XI. Rechtsfolgen eines Verstoßes gegen das Diskriminierungsverbot	1037
1. Untersagungsverfahren	1037
2. Ordnungswidrigkeitsverfahren	1038
3. Zivilrechtliche Ansprüche	1039
XII. Verhältnis von § 20 Abs. 1–5 GWB zu anderen Vorschriften	1041
1. Verhältnis zu anderen kartellrechtlichen Vorschriften	1041
2. Nichtkartellrechtliche Vorschriften	1043
§ 40 Kundenschutzverträge/Schneeballsysteme/Strategische Allianzen	1046
A. Kundenschutzverträge	1046
I. Wirtschaftliche Bedeutung von Kundenschutzvereinbarungen	1047
II. Rechtliche Einzelfragen zu Kundenschutzvereinbarungen	1048
1. Kundenschutzvereinbarungen als unzulässiges Kartell im Sinne von § 1 GWB?	1048
2. Kundenschutzvereinbarungen und § 14 GWB (i. d. F. d. 6. GWB-Novelle)	1050
3. Kundenschutzvereinbarungen und § 16 GWB (i. d. F. d. 6. GWB-Novelle)	1050
4. Beachtung des kartellrechtlichen Schrifiterfordernis gem. § 34 GWB a. F. (i. d. F. d. 5. GWB-Novelle)	1051
5. Kundenschutzvereinbarungen und § 21 Abs. 1 GWB (i. d. F. d. 6. GWB-Novelle)	1052
6. Kundenschutzvereinbarungen – Zivilrechtliche Grenzen	1052
7. Ansprüche bei Verstößen gegen die Kundenschutzvereinbarung	1053

Inhaltsverzeichnis

B. Schneeballsysteme	1054
I. Schneeballsysteme als Vertriebssysteme	1054
II. Sozialschädlichkeit der progressiven Kundenwerbung	1055
III. Einzelfragen bei Schneeballsystemen	1056
1. Schneeballsysteme und Abgrenzung zum Spiel iSd § 762 BGB	1056
2. Anfechtung des Vertrages wegen arglistiger Täuschung gem. §§ 123, 142, 139 BGB ..	1057
3. Schneeballsysteme und gute Sitten gem. § 138 BGB	1057
4. Konditionsausschluss nach § 817 S. 2 BGB	1059
5. Schadensersatz	1059
6. Verbraucherschutz bei Schneeballsystemen	1060
7. Schneeballsysteme und Wettbewerbsrecht	1061
8. Schneeballsysteme und Straftatbestand des § 286 Abs. 2 StGB a. F.	1064
C. Strategische Allianzen	1064
I. Strategische Allianzen als Kooperationsverträge	1065
II. Strategische Allianzen und Kartellrecht	1065
1. Kartell im Sinne von § 1 GWB	1065
2. Strukturkrisenkartell im Sinne von § 6 GWB a. F.	1066
3. Spezialisierungskartell im Sinne von § 3 GWB a. F.	1066
4. Einkaufskooperation im Sinne von § 4 Abs. 2 GWB a. F.	1067
5. Generalklausel nach § 2 GWB n. F.	1067
III. Strategische Allianzen und Zivilrecht	1068
1. Formbedürftigkeit strategischer Vereinbarungen	1068
2. Beendigung strategischer Vereinbarungen	1068
IV. Folgen der Beendigung strategischer Vereinbarungen	1069
§ 41 (entfallen)	1071

10. Kapitel. Ausgewählte Fragen aus dem gewerblichen Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht im Vertrieb

§ 42 Das Recht des unlauteren Wettbewerbs	1071
I. Einleitung	1075
II. Werbung mit modernen Kommunikationstechniken	1076
1. Telefonwerbung	1076
2. Telefaxwerbung	1085
3. E-Mail sowie SMS-Werbung (elektronische Post)	1088
4. Internet-Werbung	1091
III. Unlautere Preisunterbietung	1097
1. Prinzipielle Freiheit der Preisunterbietung	1097
2. Behinderung individueller Marktteilnehmer	1098
3. Marktstörende Preissenkungen	1104
4. Rabattrecht	1109
5. Zugaberecht	1112
IV. Schutz von Vertriebsbindungen	1114
1. Begriff und Zulässigkeit	1114
2. Grundsätze des wettbewerbsrechtlichen Vertriebsbindungsschutzes	1115
3. Einzelheiten zu den Ansprüchen	1118
4. Anhang: Kontrollnummern	1123
§ 43 Gewerblicher Rechtsschutz: Zeichenrechtliche Probleme beim Vertrieb von Markenware	1125
I. Einführung	1126
II. Rechtliche Implikationen des Zeichenschutzes	1128
III. Erschöpfung zeichenrechtlicher Befugnisse	1129
IV. Nationales Markenrecht im grenzüberschreitenden Vertrieb	1135
1. Allgemeine Grundsätze	1135
2. Der gemeinschaftsweite Vertrieb von Markenware	1138
3. Beweislast für internationale und gemeinschaftsweite Erschöpfung	1144
V. Anhang: Europäisches Markenrecht	1145
1. Grundlagen des Gemeinschaftsmarkenrechts	1145
2. Erwerb und Verfahren	1147

Inhaltsverzeichnis

11. Kapitel. Exportkontrollrecht und Vertriebsverträge	
§ 44 Außenwirtschaftsrecht und Exportkontrolle	1149
I. Regelungsgegenstand und Ziele des Außenwirtschaftsrechts	1150
II. Einbettung der nationalen Vorschriften in das internationale Recht	1151
1. Außenbezug des Außenwirtschaftsrechts	1151
2. Die Vorgaben des EU-Rechts im Überblick	1151
3. Der „Restbestand“ nationalen Außenwirtschaftsrechts unter dem EG-Vertrag	1152
4. Das deutsche Außenwirtschaftsrecht	1154
5. Exportkontrollvorschriften anderer Staaten/Reexport	1155
III. Der Grundsatz der Ausfuhrfreiheit	1157
1. Intra-EU-Verkehr (Art. 34 ff. AEUV)	1157
2. Die Ausfuhr in Drittstaaten	1158
3. Die Freiheit der Ausfuhr nach dem AWG	1159
§ 45 Exportkontrolle im Rüstungsbereich und aus Gründen der öffentlichen Sicherheit und Ordnung	1162
I. EG-Recht	1163
1. Allgemeines	1163
2. Dual-Use-VO – Grundlagen	1164
3. Genehmigungstatbestände	1167
4. Genehmigungsverfahren	1169
5. Intra-EU-Verkehr	1172
6. Umsetzung ins deutsche Recht/Verhältnis Dual-Use-VO – AWW	1172
7. Aktuelle Rechtslage	1173
II. Ausfuhrbeschränkungen nach AWG und AWW	1173
1. Grundlagen	1173
2. Stand der Ausfuhrbeschränkungen	1174
3. Verfahrensfragen	1179
III. Kriegswaffen/KWKG	1182
IV. Öffentliche Sicherheit und Ordnung	1183
V. Grenzüberschreitender Verkehr mit Abfällen	1183
12. Kapitel. Branchenspezifische Besonderheiten im Vertriebsrecht	
§ 46 Automobile (unter Einschluss der KfZ-GVO)	1185
I. Der Automobilvertrieb als Schrittmacher	1186
II. Die Vertriebsstrukturen in Deutschland	1186
1. Vertriebsorganisationen im Überblick	1186
2. Die Vertriebsstrukturen in Zahlen	1188
3. Fallbeispiele für Vertriebssysteme	1189
4. Alternative Absatzmechanismen	1190
5. Konzentrationstendenzen	1191
III. Das Internet im Neuwagenvertrieb	1192
IV. Bewegung vom Franchising zum Vertragshandel?	1194
V. Überblick über die Schwerpunkte der Vertragshändler- Rechtsprechung 2003 bis 2009	1195
VI. Einzelne aktuelle Rechtsfragen	1199
VII. Einflüsse und Entwicklungen des Gemeinschaftsrechts	1201
1. Überblick und System der Gruppenfreistellung	1201
2. Europäisches Privatrecht	1202
3. Die CARS 21-Initiative der Europäischen Kommission	1202
4. Zukunft der KfZ-GVO	1203
VIII. Entwicklungsszenarien im Automobilvertrieb	1204
1. Ausbau des Mehrmarkenvertriebs	1204
2. Fortsetzung der Konsolidierungstendenzen	1205
3. Das Internet als Vertriebsweg	1205
4. Rückwärtsintegration?	1205
§ 47 Computer und Software	1207
I. Überblick	1208
1. Definition des Begriffes „Software“	1208
2. Besonderheiten beim Vertrieb von Software	1209
3. Neue Vertriebsformen	1209

Inhaltsverzeichnis

II. Rahmenbedingungen für den Software-Vertrieb	1209
1. Software als urheberrechtlich geschützter Gegenstand	1209
2. Rechtstypus der Softwareüberlassung	1210
3. Einbeziehung der Lizenzbedingungen des Softwareherstellers	1213
4. Wirksamkeit von Nutzungsbeschränkungen, insbesondere unter Anwendung der Regelungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (§§ 305 ff. BGB)	1216
III. Gemeinsamer Vertrieb von Computer und Software	1220
1. Koppelung des Softwarevertriebes an den Bezug eines Computers	1220
2. Koppelung der Gewährleistungsregeln	1222
§ 48 Finanzdienstleistungen	1223
I. Begriffsbestimmungen	1225
1. Financial Services/Finanzdienstleistungen	1225
2. Finanzdienstleistungsprodukte	1227
3. Anbieter von Finanzdienstleistungen	1228
II. Die Finanzdienstleistungsaufsicht	1229
1. Integrierte Finanzmarktaufsicht	1229
2. Aktuelle Aspekte	1231
III. Der Anwendungsbereich des KWG	1239
1. Definition „Kreditinstitute“/„Finanzdienstleistungsinstitute“/ „Finanzdienstleistungen“	1239
2. Die Aufsicht über Finanzdienstleistungsinstitute	1243
3. Erlaubnis zum Erbringen von Finanzdienstleistungen gemäß § 32 Abs. 1 KWG	1244
IV. Anwendungsbereich des WpHG	1246
1. Definition „Wertpapierdienstleistungsunternehmen“	1246
2. Aktuelle Aspekte	1247
V. Auswirkungen des Finanzmarkt-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes	1249
1. Umsetzung der Finanzmarkt-Richtlinie	1249
2. Wesentliche Regelungsbereiche	1250
3. Anlageberatung als Wertpapierdienstleistung	1251
VI. Das Einlagensicherungs- und Anlegerentschädigungsgesetz	1252
VII. Vertriebswege für Finanzdienstleistungen	1254
1. Systematik von Vertriebswegen	1254
2. Direkter Vertrieb	1255
3. Indirekter Vertrieb	1256
VIII. Fernabsatzrecht für Finanzdienstleistungen im BGB	1261
1. Kurzcharakteristik und europarechtliche Vorgaben	1261
2. Der Anwendungsbereich der fernabsatzrechtlichen Regelungen	1262
3. § 312 b Abs. 4 BGB – Regelungen für längerfristige Geschäftsbeziehungen	1263
4. Informationspflichten	1263
5. § 312 d Abs. 1 BGB – Das Widerrufsrecht des Verbrauchers	1265
IX. Stationärer Vertrieb	1266
1. Betriebswirtschaftliche Bedeutung	1266
2. Anzeigepflichten	1268
3. Sparkassenrechtliche Vorschriften	1268
4. Öffnungszeiten	1268
5. Provisionen	1269
X. Vertrieb durch Außendienst	1270
1. Gewerberechtliche Bestimmungen	1270
2. § 312 BGB – Haustürgeschäfte	1271
XI. Besondere Bestimmungen für Bausparkassenvertreter	1271
1. Einstellung	1271
2. § 92 HGB – Versicherungs- und Bausparkassenvertreter	1272
3. § 89 b HGB – Der Ausgleichsanspruch des Bausparkassenvertreters	1273
XII. Vertrieb von Investmentanteilscheinen	1273
1. §§ 121 ff. InvG – Vertriebsvorschriften im Investmentgeschäft	1273
2. Investmentbranche und MiFID/FRUG	1277
3. Änderungen des Investmentgesetzes	1278
XIII. Haftung für fehlerhafte Anlageberatung und -vermittlung	1278
1. Begriff und Funktion des Anlageberaters und -vermittlers	1278
2. Haftungsgrundlagen für die Haftung des Anlageberaters und -vermittlers	1281
3. Verschulden	1282
4. Schadensumfang	1282

Inhaltsverzeichnis

5. Beweislast	1282
6. Verjährung	1283
XIV. Unzulässige Vertriebspraktiken	1283
XV. Schrottimmobilien	1284
1. Einführung – Problemstellung	1284
2. Interessenlage	1284
3. Zuständigkeit des II. und XI. Zivilsenats des BGH	1284
4. Praktische Konsequenzen	1285
5. Haustürwiderruf und Verbraucherkredit	1286
6. Schadenersatz wegen Verletzung von Aufklärungs- und Beratungspflichten	1288
7. RBerG und Abschlussvollmacht des Geschäftsbesorgers	1290
8. Weitergehende Ansätze	1291
XVI. Aktuelle Gesetzgebung und Reformvorhaben auf dem Gebiet der Finanzdienstleistungen	1291
1. REIT	1291
2. Abgeltungssteuer	1292
3. Europäische Verbraucherkreditrichtlinie	1292
§ 49 Mineralölherzeugnisse und sonstige Produkte im Tankstellenvertrieb	1294
I. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	1294
1. Der Tankstellenmarkt im Überblick	1294
2. Die Kraftstoffpreise und Tankstellenmargen	1296
3. Die Tankstelle im Wandel	1297
4. Die Betreiberwirtschaftlichkeit	1298
II. Der Tankstellenvertrag	1299
1. Der Gegenstand	1299
2. Das Agenturverhältnis	1300
3. Das Pachtverhältnis	1303
4. Allgemeine Bestimmungen	1305
III. Rechtliche Einzelfragen	1306
1. Besonderheiten bei der Ermittlung des Ausgleichsanspruchs des Handelsvertreters nach § 89b HGB	1306
2. Ladenschlussproblematik	1313
3. Arbeitsrechtliche Einzelfragen	1313
4. Tankstellenverträge und EU-Kartellrecht	1314
§ 50 Vertrieb von Verlagserzeugnissen	1317
I. Der Buchhandel	1318
1. Geschichte	1318
2. Wirtschaftliche Bedeutung	1319
3. Grundlagen des Deutschen Buchhandels	1320
4. Die Vertriebswege	1322
II. Verlagserzeugnisse	1323
1. Verlagserzeugnisse im engen Sinn	1323
2. Verlagserzeugnisse im weiten Sinn	1324
3. Druckwerke, Druckschriften	1324
4. Online-Datenbanken	1324
III. Die verschiedenen Ausgaben eines Verlagserzeugnisses	1325
1. Auflage, Ausgabe, Ausstattung	1325
2. Vergabe von ISBN	1325
3. Parallelausgaben	1325
IV. Die Wertschöpfungskette Autor – Verlag – Zwischenhandel – Sortiment – Endkunde	1326
1. Das Verhältnis Autor – Verlag	1326
2. Das Verhältnis Verlag – Handel	1327
V. Das Internet als Informationsmedium und Vertriebsweg	1328
1. Möglichkeiten des Direktvertriebs	1329
2. Buchsuche	1330
3. Funktionen des Handels	1330
VI. Vertriebsrechtliche Rahmenbedingungen	1330
1. Die Pressefreiheit als verfassungsrechtlicher Rahmen	1330
2. Kartellrecht	1331
3. Rabatte und Zugaben	1333
4. Titelschutzrecht	1333
5. Fernabsatzrecht und Verbraucherkreditrecht	1334

Inhaltsverzeichnis

§ 51 Arzneimittel	1335
I. Überblick	1336
1. Einführung	1336
2. Begriffsbestimmungen	1337
II. Regulatorische Aspekte	1341
1. Zulassung	1341
2. Abgabe von Arzneimitteln, Preisbildung und Vertriebsstrukturen	1346
III. Ausgewählte vertriebsrechtliche Fallgestaltungen	1354
1. Rabattverträge zwischen Herstellern und Krankenkassen	1354
2. Co-Promotion/Co-Marketing	1357
3. „Early Entry“	1358
4. Parallelimport von Arzneimitteln	1358
5. Werbung für Arzneimittel	1361
6. Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen Apotheken und Einzelhändlern	1363
7. Gutscheinsysteme zur Verkaufsförderung verschreibungspflichtiger Arzneimittel	1364
§ 52 Bier und alkoholfreie Getränke	1368
I. Der Gesamtmarkt im Überblick	1371
1. Der deutsche Biermarkt	1371
2. Der Pro-Kopf-Verbrauch	1372
3. Der Gastronomiemarkt	1372
4. Vertriebsstrukturen	1372
5. Der Markt der alkoholfreien Getränke	1373
II. Die Rechtsnatur des Getränkelieferungsvertrags	1373
1. Der Getränkelieferungsvertrag als gemischter Vertrag	1373
2. Der Getränkelieferungsvertrag als Rahmenvertrag	1374
3. Die Rückabwicklung eines Getränkelieferungsvertrags	1374
4. Der Getränkelieferungsvertrag als Dauerschuldverhältnis	1375
III. Der Abschluss von Getränkelieferungsverträgen	1376
1. Das Schriftformerfordernis	1376
2. Die Sittenwidrigkeitskontrolle	1378
3. AGB-rechtliche Überprüfung	1381
4. Der Verbraucherschutz	1384
IV. Der Verbraucherdarlehensvertrag	1389
1. Begriff und Abgrenzung	1389
2. Das entgeltliche Darlehen	1390
3. Der notwendige Vertragsinhalt	1393
4. Rechtsfolgen und Heilung von Form- und Inhaltsmängeln	1396
5. Das Recht zum Widerruf	1398
V. Der Getränkelieferungsvertrag	1409
1. Inhalt des Getränkelieferungsvertrags	1410
2. Die Laufzeit von Bezugsverpflichtungen	1412
3. Der Anschlussvertrag	1416
4. Die Laufzeit nach Europarecht	1418
5. Laufzeit und Kartellrecht	1424
6. Schadensersatzklauseln	1425
7. Vertragsstrafenklauseln	1427
8. Mindestabnahmeklauseln	1429
9. Die Kündigung	1431
10. Übertragungsrecht des Getränkelieferanten	1436
11. Nachfolgeklauseln	1438
§ 53 Sportrechtevertrieb	1440
I. Begrifflichkeit	1441
II. Erlöse des Sportrechtevertriebs	1442
III. Befugnis zur Vergabe von Sportrechten	1443
1. Der teilnehmende Sportler	1443
2. Sportrechte-Agenturen	1445
3. Inhaber der Verwertungsrechte einzelner Sportarten	1446
IV. Vermarktung von Sportrechten durch den Sportveranstalter und Kartellrecht	1447
1. Rechtsgrundlagen	1447
2. Exklusivvereinbarungen	1448

Inhaltsverzeichnis

3. Begriff der Fernseh- und Hörfunkrechte	1449
4. Zentrale Rechtevergabe – Veranstalterbegriff	1452
5. Zentraler Rechteeinkauf	1457
V. Der Fernsehverwertungsvertrag	1459
VI. Vertrieb sonstiger Sportveranstaltungsrechte	1460
1. Programmhefte	1460
2. Eintrittskarten	1461
3. Spielpläne und Ergebnistabellen	1461
13. Kapitel. Internationales Vertriebsrecht und Internationale Zuständigkeit	
§ 55 Internationales Vertriebsrecht	1465
I. Einleitung und Systematik	1466
II. Zustandekommen und Wirksamkeit der Rechtswahl	1467
III. Die zwingenden Vorgaben, an die auch die Vertragspartner der Rechtswahl gebunden sind	1468
1. Vorgaben des EG-Rechts	1468
2. Die Funktion des § 92 c HGB	1469
3. International zwingende Vorschriften kraft Art. 34 EGBGB/ Art. 9 Rom I-VO	1470
4. Zwingende Vorschriften der einzigen mit dem Sachverhalt verbundenen Rechtsordnung, Art. 27 Abs. 3 EGBGB	1471
5. Nichtanwendbarkeit des Art. 30 EGBGB	1472
6. Die allgemeine Schranke des ordre public international, Art. 6 EGBGB	1472
IV. Der verbleibende Gestaltungsspielraum der Vertragsparteien	1473
1. Ausdrückliche Rechtswahl	1473
2. Sachinteresse als Voraussetzung einer Rechtswahl?	1474
3. Rechtswahl durch AGB	1474
4. Stillschweigende (konkludente) Rechtswahl, Art. 27 I 2 EGBGB	1475
V. Objektive Zweifelsregeln, wenn keine Rechtswahl erfolgt ist – Art. 28 EGBGB	1478
1. Die vertragscharakteristische Leistung im Vertriebsrecht	1478
2. Die engere Verbindung über die Gesamtumstände, Art. 28 V EGBGB	1479
VI. Schlussbetrachtung	1481
§ 56 Europäisches Handelsvertreterrecht	1483
A. Grundlagen	1483
1. Rechtlicher Rahmen	1483
2. Anwendungsbereich der Handelsvertreterrichtlinie	1484
3. Die Merkmale des Art 1 Abs 2	1484
B. Die einzelnen Vorschriften der Handelsvertreterrichtlinie	1483
1. Überblick	1486
2. Kapitel II.: Rechte und Pflichten	1486
3. Kapitel III: Vergütung	1488
4. Kapitel IV: Abschluss und Beendigung des Handelsvertretervertrags	1491
5. Nachvertragliche Wettbewerbsbeschränkungen	1494
§ 57 Belgien	1495
I. Der Handelsvertretervertrag	1495
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1496
2. Vertragsschluss	1497
3. Dauer des Vertrages	1497
4. Vergütung	1497
5. Delkredere	1498
6. Beendigung des Handelsvertretervertrages	1498
7. Ausgleichsanspruch	1499
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1499
II. Der Vertragshändlervertrag	1500
1. Rechtliche Kennzeichnung	1500
2. Vertragsschluss	1501
3. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers	1501
4. Beendigung des Vertrages	1501
5. Ausgleichsanspruch	1503
6. Andere Rechte und Verpflichtungen bei Beendigung des Vertrages	1505
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1505
8. Andere relevante Aspekte des belgischen Rechtes	1505

Inhaltsverzeichnis

III. Der Franchisevertrag	1506
1. Rechtliche Kennzeichnung	1506
2. Vertragsschluss	1507
3. Rechte und Pflichten des Franchise-Nehmers	1508
4. Beendigung des Vertrages	1508
5. Ausgleichsanspruch	1509
6. Andere Rechte und Pflichten bei der Beendigung des Vertrages	1509
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1509
§ 58 Dänemark	1510
I. Der Handelsvertretervertrag	1510
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Verträgen	1511
2. Vertragsschluss	1511
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1511
4. Vergütung	1512
5. Beendigung des Handelsvertretervertrages	1513
6. Ausgleichsanspruch	1515
7. Wettbewerbsverbot	1517
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1518
II. Der Vertragshändlervertrag	1518
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Verträgen	1519
2. Vertragsschluss	1520
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1520
4. Die Beendigung des Vertriebsvertrages	1520
5. Der Ersatzanspruch	1521
6. Der Ausgleichsanspruch	1521
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1521
8. Kartellrecht	1522
III. Der Franchisevertrag	1522
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Verträgen	1523
2. Vertragsschluss	1523
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1524
4. Beendigung des Franchisevertrages	1524
5. Anwendbares Recht und Gerichtsstandsvereinbarung	1525
§ 59 Finnland	1526
I. Der Handelsvertretervertrag	1526
1. Definition des Handelsvertreters	1526
2. Abschluss des Vertretervertrages	1527
3. Pflichten des Handelsvertreters	1527
4. Pflichten des Unternehmers	1528
5. Beendigung des Vertrages	1529
6. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel	1530
7. Sonstige Rechte und Pflichten bei Auflösung eines Vertretervertrages	1530
8. Anwendbares Recht bei internationalen Verträgen	1531
II. Der Vertriebsvertrag	1531
1. Abschluss des Vertrages	1531
2. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers	1531
3. Beendigung des Vertrages und Rechte und Pflichten bei Auflösung eines Vertriebs- vertrages	1531
4. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel	1531
5. Anwendbares Recht bei internationalen Verträgen	1532
III. Der Franchise-Vertrag	1532
1. Rechtliche Kennzeichnung	1532
2. Abschluss des Vertrages	1532
3. Rechte und Pflichten des Franchise-Unternehmers	1532
4. Beendigung des Franchise-Vertrages	1533
5. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel	1533
6. Anwendbares Recht bei internationalen Verträgen	1533
§ 60 Frankreich	1534
I. Der Handelsvertretervertrag	1535
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1535

Inhaltsverzeichnis

2. Vertragsschluss	1536
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	1536
4. Beendigung des Handelsvertretervertrages	1537
5. Entschädigung bei Vertragsende	1537
6. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1538
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1539
8. Sonstige nach französischem Recht relevante Gesichtspunkte	1540
9. Besondere Hinweise für den ausländischen Unternehmer	1540
II. Der Vertragshändlervertrag	1541
1. Rechtliche Kennzeichnung	1541
2. Vertragsschluss	1541
3. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers	1542
4. Vertragsbeendigung	1543
5. Entschädigung bei Vertragsende	1544
6. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1545
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1545
8. Französisches Kartellrecht	1545
9. Besondere Hinweise für den ausländischen Lieferanten	1546
III. Der Franchise-Vertrag	1546
1. Rechtliche Kennzeichnung	1546
2. Vertragsschluss	1547
3. Rechte und Pflichten des Franchisenehmers	1548
4. Vertragsbeendigung	1549
5. Kündigungsentschädigung	1549
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1550
§ 61 Italien	1551
I. Der Handelsvertretervertrag	1552
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1553
2. Abschluss des Vertrages	1554
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1554
4. Delkrederhaftung	1557
5. Dauer und Beendigung des Vertrages	1557
6. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung	1559
7. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1561
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1561
II. Der Vertragshändlervertrag	1562
1. Rechtliche Kennzeichnung	1563
2. Vertragsschluss	1563
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1563
4. Dauer und Beendigung des Vertrages	1565
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung	1565
6. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1565
7. Kartellrechtliche Gesichtspunkte	1566
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1566
III. Der Franchise-Vertrag	1567
1. Rechtliche Kennzeichnung	1567
2. Vertragsschluss	1569
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1570
4. Dauer und Beendigung des Vertrages	1572
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung	1573
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1573
§ 62 Niederlande	1574
I. Der Handelsvertretervertrag	1574
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Verträgen	1575
2. Vertragsschluss	1575
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	1575
4. Die Beendigung des Handelsvertretervertrages	1576
5. Ausgleichsanspruch	1577
6. Sonstige Rechte und Pflichten bei Auflösung eines Vertretervertrages	1577
7. Anwendbares Recht bei internationalen Verträgen	1577

Inhaltsverzeichnis

II. Der Vertriebsvertrag	1578
1. Vertragsschluss – Form und Inhalt	1578
2. Die Beendigung des Vertriebsvertrages	1578
3. Entschädigung für die Überlassung des Kundenstammes (goodwillvergoeding)	1579
4. Anwendbares Recht	1580
5. Kartellrecht	1580
III. Der Franchise-Vertrag	1580
1. Rechtliche Kennzeichnung	1580
2. Form	1581
3. Rechte und Pflichten des Franchise-Nehmers	1581
4. Beendigung des Franchise-Vertrages	1581
5. Entschädigung für den Verlust von Kunden	1581
6. Anwendbares Recht	1581
7. Andere Aspekte des Franchise-Vertrages	1582
§ 63 Norwegen	1583
I. Der Handelsvertretervertrag	1583
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Verträgen	1584
2. Vertragsschluss	1584
3. Die Pflichten des Handelsvertreters	1584
4. Die Rechte des Handelsvertreters	1585
5. Das Verhältnis zu Dritten	1585
6. Die Beendigung des Handelsvertretungsvertrags	1586
7. Ausgleichsanspruch	1586
8. Anwendbares Recht	1586
II. Der Handlungsreisende	1587
III. Der Kommissionsvertrag	1587
1. Vertragsschluss und rechtliche Kennzeichnung	1587
2. Das Verhältnis von Kommissionär und Unternehmer	1587
3. Verhältnis zu Dritten und Eigentumsrecht an den Waren	1588
4. Die Provision	1588
5. Die Beendigung des Kommissionsvertrags	1588
IV. Der Vertriebsvertrag	1588
1. Vertragsschluss und rechtliche Kennzeichnung	1589
2. Das Verhältnis von Vertragshändler und Unternehmer	1589
3. Die Beendigung des Vertriebsvertrags	1589
4. Entschädigung	1589
5. Anwendbares Recht	1590
V. Der Franchisevertrag	1590
§ 64 Österreich	1591
I. Der Handelsvertretervertrag	1592
1. Die Person des Handelsvertreters	1593
2. Abgrenzungsfragen	1593
3. Abschluss des Vertrages	1595
4. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	1595
5. Beendigung des Vertrages	1598
6. Ausgleichsanspruch	1599
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1602
8. Sonderbestimmungen für Versicherungsvertreter und Versicherungsagenten	1603
9. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1605
II. Der Vertragshändlervertrag	1605
1. Abschluss des Vertrages	1606
2. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers	1606
3. Beendigung des Vertrages	1607
4. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel	1607
5. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1608
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1609
7. Sonstige wesentliche Gesichtspunkte	1609
III. Der Franchisevertrag	1610
1. Die Merkmale des Franchisevertrages	1611
2. Abschluss des Vertrages	1611

Inhaltsverzeichnis

3. Vorvertragliche Aufklärungspflichten	1612
4. Rechte und Pflichten der Vertragsteile	1612
5. Beendigung des Vertrages	1612
6. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel	1613
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1613
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1613
9. Sonstige wesentliche Gesichtspunkte	1613
§ 65 Polen	1614
I. Der Handelsvertretervertrag	1614
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1615
2. Rechte und Pflichten der Parteien	1617
3. Beendigung des Handelsvertretervertrages	1620
4. Entschädigung bei Vertragsende	1620
5. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1622
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1622
7. Sonstige nach polnischem Recht relevante Gesichtspunkte	1623
8. Besondere Hinweise für ausländische Unternehmer	1623
II. Vertragshändlervertrag (umowa dealerska)	1624
1. Rechtliche Kennzeichnung	1624
2. Vertragsschluss	1625
3. Vertragsparteien	1626
4. Rechte und Pflichten der Vertragsparteien	1626
III. Der Franchise-Vertrag	1627
1. Rechtliche Kennzeichnung	1627
2. Vertragsschluss	1629
3. Vertragsausführung	1630
4. Rechte und Pflichten der Vertragsparteien	1630
5. Änderung und Beendigung des Vertrages	1631
6. Rechtsfolgen der Beendigung des Franchise-Vertrages	1632
7. Anwendbares Recht	1632
8. Gerichtsstandvereinbarungen	1632
9. Besonderheiten bei Auslandsberührung	1632
§ 66 Schweden	1633
I. Der Handelsvertretervertrag	1633
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung	1633
2. Vertragsschluss	1634
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	1634
4. Beendigung des Handelsvertretervertrages	1634
5. Ausgleichsanspruch	1635
6. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1635
7. Anwendbares Recht	1635
II. Der Vertriebsvertrag	1635
1. Vertragsschluss – Form und Inhalt	1636
2. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers	1636
3. Die Beendigung des Vertriebsvertrages	1636
4. Entschädigung für die Überlassung des Kundenstammes	1636
5. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1636
6. Kartellrecht	1636
7. Fehlende Rechtsprechung	1636
8. Anwendbares Recht	1637
III. Der Franchisevertrag	1637
1. Rechtliche Kennzeichnung	1637
2. Form	1637
3. Rechte und Pflichten des Franchisenehmers	1637
4. Beendigung des Franchisevertrages	1637
5. Entschädigung für den Verlust von Kunden	1638
6. Anwendbares Recht	1638
7. Andere Aspekte	1638
8. Fehlende Rechtsprechung	1638

Inhaltsverzeichnis

§ 67 Schweiz	1639
I. Der Agenturvertrag (Handelsvertretervertrag)	1640
1. Rechtsgrundlage; Schrifttum	1640
2. Vergleich mit EG-Handelsvertreterrichtlinie	1641
3. Abgrenzungen zu verwandten Vertriebsverträgen	1642
4. Abschluss des Vertrags	1643
5. Rechte und Pflichten des Agenten	1643
6. Beendigung des Vertrags	1645
7. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel	1646
8. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1647
9. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1648
10. Sonstige nach schweizerischem Recht wesentliche Gesichtspunkte	1650
11. Besondere Hinweise für den ausländischen Auftraggeber	1651
II. Der Alleinvertriebsvertrag (Vertragshändlervertrag)	1651
1. Rechtsgrundlage; Schrifttum	1651
2. Vorbemerkung	1652
3. Abschluss des Vertrags	1652
4. Rechte und Pflichten des Abnehmers	1652
5. Beendigung des Vertrags	1653
6. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel	1654
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1654
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1655
9. Sonstige nach schweizerischem Recht wesentliche Gesichtspunkte	1655
10. Besondere Hinweise für den ausländischen Auftraggeber	1656
III. Der Franchisevertrag	1657
1. Rechtsgrundlage; Schrifttum	1657
2. Die Merkmale des Franchisevertrags	1657
3. Abschluss des Vertrags	1658
4. Pflichten des Franchisegebers und -nehmers	1658
5. Beendigung des Vertrags	1659
6. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel	1660
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1660
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1661
9. Sonstige nach schweizerischem Recht wesentliche Gesichtspunkte	1661
10. Besondere Hinweise für den ausländischen Franchisegeber	1661
§ 68 Spanien	1662
I. Der Handelsvertretervertrag	1662
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertragstypen	1663
2. Abschluss des Vertrages	1664
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	1664
4. Beendigung des Vertrages	1665
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung	1666
6. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung: Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1667
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1667
II. Der Vertragshändlervertrag	1668
1. Rechtliche Kennzeichnung	1668
2. Abschluss des Vertrages	1668
3. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers	1669
4. Beendigung des Vertrages	1670
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung	1670
6. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1672
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1672
III. Der Franchisevertrag	1673
1. Die Merkmale des Franchisevertrages	1673
2. Abschluss des Vertrages	1673
3. Rechte und Pflichten des Franchisenehmers	1674
4. Beendigung des Vertrages	1674
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung	1674
6. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1674
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1674

Inhaltsverzeichnis

§ 69 Ungarn	1675
I. Der Handelsvertretervertrag	1675
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1676
2. Vertragsschluss	1679
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1680
4. Beendigung des Vertrages	1683
5. Ausgleichsanspruch bei Vertragsende	1684
6. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1685
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1686
II. Der Vertragshändlervertrag	1687
1. Rechtliche Kennzeichnung des Vertrages	1688
2. Vertragsschluss	1689
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1690
4. Beendigung des Vertrages	1691
5. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1692
III. Der Franchise-Vertrag	1693
1. Die Merkmale des Franchisevertrages	1694
2. Vertragsschluss	1695
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1696
4. Beendigung des Vertrages	1697
5. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1698
§ 70 Vereinigtes Königreich, insbesondere England und Wales	1699
I. Agentur und Handelsvertretung	1700
1. Rechtliche Kennzeichnung	1700
2. Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1701
3. Abschluss des Vertrages	1702
4. Rechte und Pflichten der Agenten und Handelsvertreter	1703
5. Beendigung des Vertragsverhältnisses	1705
6. Ausgleichs- oder Entschädigungsanspruch nach Vertragsbeendigung	1706
7. Nachvertragliche Wettbewerbsbeschränkungen	1708
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1709
9. Sonstige nach dem Recht des Vereinigten Königreichs wesentliche Gesichtspunkte	1710
10. Besondere Hinweise für den ausländischen Prinzipal	1712
II. Vertragshändler	1713
1. Rechtliche Kennzeichnung	1713
2. Abschluss des Vertrages	1714
3. Rechte und Pflichten im Vertragshändlerverhältnis	1714
4. Beendigung des Vertrages	1715
5. Ausgleichsanspruch nach Vertragsbeendigung	1715
6. Sonstige Rechte und Pflichten bei Vertragsbeendigung	1715
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1715
8. Sonstige nach dem Recht des Vereinigten Königreichs wesentliche Gesichtspunkte	1716
9. Besondere Hinweise für den ausländischen Lieferanten	1716
III. Der Franchise-Vertrag	1716
1. Rechtliche Kennzeichnung	1716
2. Abschluss des Vertrages	1717
3. Rechte und Pflichten im Franchiseverhältnis	1717
4. Beendigung des Franchisevertrages	1718
5. Rechtsfolgen der Vertragsbeendigung	1718
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1719
7. Sonstige nach dem Recht des Vereinigten Königreichs wesentliche Gesichtspunkte	1719
8. Besondere Hinweise für den ausländischen Unternehmer	1720
 14. Kapitel. Vertriebsverträge mit dem außer-europäischen Ausland	
§ 71 Ägypten	1721
I. Der Handelsvertretervertrag	1722
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1722
2. Registrierung des Handelsvertreters	1724
3. Vertragsschluss	1726

Inhaltsverzeichnis

4. Vergütung	1727
5. Besondere rechtliche Vorgaben	1727
6. Exklusivität	1727
7. Vertragsgebiet	1727
8. Überlassungspflicht	1728
9. Vertragsdauer	1728
10. Delkreder	1728
11. Beendigung	1728
12. Verjährung	1730
13. Zustellung	1730
14. Anwendbares Recht	1730
15. Streitbeilegung	1731
16. Altverträge	1731
17. Kartell- und Wettbewerbsrecht	1731
II. Der Vertragshändlervertrag	1732
1. Rechtliche Kennzeichnung	1733
2. Vertragsschluss	1733
3. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers	1733
4. Beendigung	1734
5. Ausgleichsansprüche	1734
6. Anwendbares Recht und Gerichtsstand	1734
III. Der Franchisevertrag	1734
1. Rechtliche Kennzeichnung	1735
2. Vertragsschluss	1735
3. Rechte und Pflichten der Parteien	1735
4. Beendigung	1736
5. Ausgleichsansprüche	1737
6. Andere Rechte und Pflichten bei Beendigung	1737
7. Anwendbares Recht	1737
§ 72 China	1738
I. Der Handelsvertretervertrag	1739
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1739
2. Vertragsschluss	1740
3. Dauer des Vertrages	1741
4. Rechte und Pflichten	1741
5. Vergütung	1744
6. Beendigung	1745
7. Wettbewerbsverbot und Ausgleichsanspruch	1746
8. Anwendbares Recht	1746
9. Rechtsdurchsetzung	1746
10. Keine Genehmigung und Registrierung	1747
II. Der Vertragshändlervertrag	1747
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1748
2. Vertragsschluss	1748
3. Rechte und Pflichten	1749
4. Eigentumsübergang	1752
5. Allgemeine Geschäftsbedingungen	1753
6. Beendigung	1755
7. Wettbewerbsverbot und Ausgleichsanspruch	1755
8. Produkthaftung	1756
9. Anwendbares Recht	1757
10. Rechtsdurchsetzung	1757
11. Keine Genehmigung und Registrierung	1758
III. Der Franchise-Vertrag	1758
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1759
2. Franchisegeber	1760
3. Vorvertragliche Informationspflichten und Vertragsinhalt	1762
4. Rechte und Pflichten der Vertragspartner	1763
5. Vergütung	1765
6. Vertragsbeendigung	1766
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1767
8. Registrierung	1767

Inhaltsverzeichnis

§ 73 Indien	1769
I. Der Handelsvertretervertrag	1769
1. Rechtliche Kennzeichnung, Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen und steuerliche Problematik	1770
2. Vertragsabschluss	1771
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	1772
4. Vertragsbeendigung	1773
5. Kein Ausgleichsanspruch und nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1774
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1774
7. Registrierungspflicht und Genehmigungserfordernisse	1776
8. Besondere Hinweise für den ausländischen Prinzipal	1777
II. Der Vertragshändlervertrag	1777
1. Rechtliche Kennzeichnung	1777
2. Vertragsabschluss	1778
3. Rechte und Pflichten im Vertragshändlerverhältnis	1778
4. Vertragsbeendigung	1778
5. Ausgleichsanspruch und nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1778
6. Produkthaftpflicht	1778
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1779
8. Registrierungspflicht	1779
9. Wettbewerbs- und Kartellrecht	1779
10. Besondere Hinweise für den ausländischen Lieferanten	1779
III. Der Franchisevertrag und Lizenzierung	1780
1. Rechtliche Grundlagen und Kennzeichnung	1780
2. Vertragsabschluss	1781
3. Rechte und Pflichten bei Franchising und Lizenzierung	1781
4. Vertragsbeendigung	1782
5. Genehmigungserfordernisse	1782
6. Besondere Hinweise	1782
§ 74 Japan	1784
I. Der Handelsvertretervertrag	1784
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1785
2. Vertragsabschluss	1785
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	1785
4. Beendigung des Vertrages	1786
5. Ausgleichsanspruch und nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1786
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1786
7. Keine Registrierungspflicht	1787
II. Der Vertragshändlervertrag	1788
1. Vertragsabschluss	1788
2. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers	1788
3. Kartellrecht	1788
4. Vertragsbeendigung	1789
5. Ausgleichsanspruch und nachvertragliches Wettbewerbsverbot	1790
6. Produkthaftpflicht	1790
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1790
8. Computererzeugnisse	1791
9. Anmeldeerfordernisse	1791
III. Der Franchisevertrag	1791
1. Rechtliche Kennzeichnung	1791
2. Vertragsabschluss	1792
3. Rechte und Pflichten des Franchisenehmers	1792
4. Beendigung des Vertrages	1793
5. Entschädigung für den Verlust von Kunden	1793
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1794
7. Anmeldung	1794
§ 75 Russische Föderation	1795
I. Einleitung	1796
II. Grundzüge des Allgemeinen Russischen Vertragsrechts	1796
1. Anwendbares Recht, Bestimmungen des russischen imperativen Rechts	1797

Inhaltsverzeichnis

2. Allgemeines russisches Vertragsrecht: Gesetzssystematik, Hierarchie, wesentliche Grundsätze	1798
II. Auftragsvertrag und Gewerbliche Vertretung	1801
1. Auftragsvertrag	1801
2. Gewerbliche Vertretung	1803
III. Kommissionsvertrag	1805
1. Einführung	1805
2. Kommissionsvertrag, Unterkommissionsvertrag	1805
3. Haftung für den Vertragsabschluss im Außenverhältnis, Delkrederehaftung	1807
4. Weisungsgebundenheit	1807
5. Nichterfüllung des Ausführungsgeschäfts durch den Dritten	1808
6. Übertragung erworbener Rechtspositionen	1808
7. Berichtspflicht	1809
8. Vergütung und Kostenerstattung	1809
9. Abzugs- und Zurückhaltungsrecht	1809
10. Beendigung des Kommissionsvertrages	1809
IV. Agenturvertrag	1810
1. Einführung	1810
2. Verhältnisse zwischen dem Agenten, dem Prinzipal und dem Dritten	1811
V. Distributionsvertrag	1812
1. Einführung	1812
2. Markennutzung	1813
3. Wettbewerbsklausel	1813
4. Rückkauf der Ware	1813
VI. Franchising (Handelskonzessionsvertrag)	1814
1. Rechtliche Kennzeichnung	1814
2. Formvorschriften und Registrierungsgebot	1815
3. Änderung der ausschließlichen Rechte	1815
4. Qualität der Ware (Arbeiten, Dienstleistungen)	1816
5. Subfranchising	1816
6. Wettbewerbsklausel	1816
7. Verlängerungsanspruch des Franchisenehmers	1817
8. Beendigung des Franchisevertrags	1817
§ 76 Vereinigte Arabische Emirate und Saudi-Arabien	1818
I. Der Handelsvertretervertrag	1819
1. Rechtsgrundlagen	1819
2. Ausgewählte Bibliographie	1819
3. Rechtliche Kennzeichnung	1819
4. Registrierung des Handelsvertreters	1820
5. Vertragsschluss	1821
6. Vergütung	1821
7. Besondere rechtliche Vorgaben	1821
8. Exklusivität	1822
9. Delkredere	1822
10. Beendigung	1822
11. Ausgleichsansprüche	1823
12. Anwendbares Recht	1824
13. Gerichtsstand	1824
14. Schiedsgerichtsbarkeit	1824
15. Vollstreckung ausländischer Gerichtsentscheidungen und Schiedssprüche	1825
16. Wettbewerbsrecht	1825
II. Der Vertragshändlervertrag	1825
1. Rechtsgrundlagen	1825
2. Rechtliche Kennzeichnung	1826
3. Registrierung	1826
4. Vertragsschluss	1826
5. Vergütung	1826
6. Exklusivität	1827
7. Beendigung	1827
8. Anwendbares Recht	1827
9. Gerichtsstand	1827
10. Anerkennung von Schiedssprüchen	1827

Inhaltsverzeichnis

III. Der Franchisevertrag	1828
I. Der Handelsvertretervertrag	1828
1. Rechtsgrundlage	1828
2. Ausgewählte Bibliographie	1829
3. Rechtliche Kennzeichnung des Handelsvertreters	1829
4. Registrierung des Handelsvertreters	1830
5. Vertragsschluss	1830
6. Subjektive Voraussetzungen des Handelsvertreters	1830
7. Vergütung	1830
8. Exklusivität	1831
9. Delkreder	1831
10. Beendigung	1831
11. Ausgleichsansprüche	1832
12. Anwendbares Recht	1832
13. Gerichtsstand	1833
14. Schiedsgerichtsbarkeit	1833
15. Vollstreckung ausländischer Gerichtsentscheidungen und Schiedssprüche	1833
16. Wettbewerbsrecht	1834
II. Der Vertragshändlervertrag	1834
III. Der Franchisevertrag	1834
§ 77 Vereinigte Staaten von Amerika	1836
I. Der Handelsvertretervertrag	1837
1. Rechtsgrundlage und Schrifttum	1837
2. Rechtliche Kennzeichnung	1837
3. Abschluss des Vertrages	1837
4. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters	1837
5. Ausgleichsanspruch; Sonstige Ansprüche	1838
6. Sonstige Pflichten bei Vertragsbeendigung	1839
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1840
8. Einzelstaatliche Schutzgesetzgebung zugunsten von Handelsvertretern	1840
II. Der Vertragshändlervertrag	1841
1. Rechtsgrundlage	1842
2. Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen	1842
3. Abschluss des Vertrages	1842
4. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers	1842
5. Ausgleichsanspruch; Sonstige Ansprüche	1843
6. Sonstige Pflichten bei Vertragsbeendigung	1844
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1844
8. Einzelstaatliche Schutzgesetzgebung zugunsten von Vertragshändlern	1844
III. Der Franchisevertrag	1845
1. Rechtsgrundlage	1845
2. Abgrenzung zu anderen Vertriebsformen	1845
3. Vertragsschluss	1846
4. Rechte und Pflichten des Franchisenehmers	1847
5. Beendigung des Vertrages	1848
6. Sonstige Pflichten bei Vertragsbeendigung	1848
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung	1848
8. Einzelstaatliche Schutzgesetzgebung zugunsten von Franchisenehmern	1848

15. Kapitel. Gerichtliche und außergerichtliche Streitbeilegung

§ 78 Internationale Zuständigkeit	1851
I. Internationale und örtliche Zuständigkeit	1851
II. Gerichtsstandsvereinbarungen	1853
1. Vereinbarungen nach Art. 23 EuGV-VO	1854
2. Vereinbarungen nach deutschem internationales Prozessrecht, §§ 38, 40 ZPO	1856
3. Derogationsverbot zur Verhinderung der Umgehung des Art. 34 EGBGB	1857
III. Gesetzlich normierte Zuständigkeiten	1858
1. Gerichtsstände nach der EuGV-VO	1858
2. Gerichtsstände nach der deutschen Zivilprozessordnung	1859
IV. Zuständigkeitsbegründung durch rügelose Einlassung	1860

Inhaltsverzeichnis

V. Rechtsfolgen der Unzuständigkeit	1860
VI. Zuständigkeit der Arbeitsgerichte	1861
§ 79 Der Handelsvertreter-Prozess	1863
I. Zulässigkeitsfragen	1863
1. Funktionelle Zuständigkeit:	1863
2. Schlichtungsverfahren	1864
3. Sachliche Zuständigkeit	1865
4. Örtliche Zuständigkeit	1865
II. Das Verfahren	1867
1. Zulässigkeit von Feststellungsklagen	1867
2. Stufenklage	1867
3. Der „Ausgleichsprozess“	1868
I. Buchauszugsvollstreckung	1870
1. Vertretbare Handlung	1870
2. Vollstreckungsanordnung	1871
3. Erfüllungseinwendung	1871
II. Abrechnungsvollstreckung	1872
III. Auskunftspflicht und -Vollstreckung im Insolvenzverfahren	1872
§ 80 Schiedsgerichts- und Schlichtungsverfahren	1874
I. Schiedsgerichtsvereinbarungen	1876
1. Rechtsnatur der Schiedsgerichtsbarkeit	1876
2. Bedeutung der Schiedsgerichtsbarkeit	1877
3. Schiedsgerichtsvereinbarung	1881
II. Das Schiedsgericht	1899
1. Zusammensetzung des Schiedsgerichts	1899
2. Ablehnung von Schiedsrichtern	1902
3. Der Schiedsrichtervertrag	1905
III. Schiedsgerichtsverfahren	1907
1. Verfahrenseinleitung	1907
2. Verfahrensgrundsätze	1908
3. Aushilfe durch staatliche Gerichte	1911
4. Säumnisverfahren	1911
5. Verfahrensleitung	1911
6. Mündliche Verhandlung	1912
7. Verfahrensbeendigung	1914
IV. Aufhebung, Anerkennung und Vollstreckbarerklärung von Schiedssprüchen	1916
1. Klage auf Aufhebung des Schiedsspruchs	1916
2. Vollstreckbarerklärung inländischer Schiedssprüche	1918
3. Anerkennung und Vollstreckbarerklärung ausländischer Schiedssprüche	1918
V. Schlichtungsverfahren	1919
§ 81 Mediation	1921
I. Bedeutung der Mediation	1921
II. Definition der Mediation	1923
1. Schwierigkeiten der Begriffsbestimmung	1923
2. Rolle des Mediators	1924
3. Mediationsarten	1924
III. Mediation und Verfahren der Streitschlichtung	1925
IV. Ablauf einer Mediation	1925
1. Mediationsvereinbarung	1925
2. Mediatorvertrag	1926
V. Mediation im Wirtschaftsrecht	1927
VI. Mediation im Vertriebsrecht	1928
16. Kapitel. Korruption und Compliance	
§ 82 Anti-Korruptions-Compliance im Vertrieb	1929
1. Teil: Wirtschaftliche und rechtliche Folgen von Korruption	1930
A. Einleitender Überblick zur Wirtschaftskriminalität	1930
I. Durch Korruption entstehende Schäden	1931
II. Täterkreis	1932

Inhaltsverzeichnis

III. Ursachen von Korruption	1932
IV. Entdeckungsrisiko	1933
B. Strafrechtliche Aspekte von Korruption	1933
I. Zusammenarbeit mit den ermittelnden Behörden	1934
II. Bestechlichkeit und Bestechung im geschäftlichen Verkehr, § 299 StGB	1934
III. Vorteilsnahme und Vorteilsgewährung nach den §§ 331, 333 StGB	1936
IV. Bestechung und Bestechlichkeit, §§ 332, 334 StGB	1936
V. Geldbuße nach §§ 130, 30 OWiG	1937
C. Zivilrechtliche Folgen	1938
I. Vertragliche Auswirkungen	1938
1. Nichtigkeit der Schmiergeldabrede	1938
2. Hauptvertrag	1941
II. Ansprüche des geschädigten Unternehmens	1942
1. Ansprüche gegen den bestechenden Vertragspartner	1942
2. Schadensersatzansprüche gegenüber bestechender Person	1947
3. Ansprüche gegenüber eigenem bestochenen Arbeitnehmer	1947
III. Schadensersatzansprüche der Schmiergeld zahlenden Partei	1949
2. Verjährung und Verzicht	1950
3. Schadensersatzansprüche gegen die Geschäftsleitung gemäß § 93 Abs. 2 AktG und § 43 Abs. 2 GmbHG	1952
D. Vergaberechtliche Folgen	1959
I. Überblick	1959
II. Public Corporate Governance Kodex	1960
III. Ausschlussgründe	1961
1. Zwingende Ausschlussgründe	1961
2. Fakultative Ausschlussgründe	1961
3. Maßnahmen zur Selbstreinigung	1963
4. Integritätspakt	1964
IV. Rechtsfolgen des Ausschlusses	1965
1. Auftragsperre	1965
2. Eintrag in Korruptionsregister/Vergaberegister	1966
2. Teil Korruptionsvermeidung durch Einführung von Compliance-Strukturen	1966
C. Einrichtung von Compliance-Strukturen im Vertrieb	1969
I. Unternehmensorganisation	1969
II. Compliance-Richtlinien	1972
1. Inhalte	1972
2. Arbeitsrechtliche Umsetzung	1972
III. Whistleblower-Hotline	1974
1. Aufgaben	1974
2. Datenschutz	1975
3. Arbeitsrechtliche Gesichtspunkte	1976
IV. Organisatorische Maßnahmen	1976
1. Mehr-Augen-Prinzip	1976
2. Funktionstrennung	1977
3. Third Party Due Diligence	1977