

# Handbuch des Vertriebsrechts

von

Prof. Dr. Rolf Wank, Prof. Dr. Eckhard Flohr, Dr. Franz-Jörg Semler, Prof. Dr. Jürgen Oechsler, Prof. Dr. Peter Chrocziel, Prof. Dr. Dr. Dr. h.c. Michael Martinek, Dr. Bernhard von Becker, Dr. Jens Wagner, Jens Bredow, Dr. Thomas Summerer, Prof. Dr. Stefan Habermeier, Dr. Thomas Manderla, Dr. Harald Kahlenberg, Dr. Alexander Rinne, Lilyane Anstett-Gardea, David Braun, Carl Friedrich Brüggemann, Antonio Civera, Prof. Dr. Friedrich Karl Feyerabend, Dr. Thorsten Haebler, Bernard Hanotiau, Dr. Alexander Hasch, Frits G. van Hees, Philip Hogg, Dr. Bernhard Huber, Richard Jacobsson, Dr. Georg Jaster, Paul Lefebvre, Patrik Lindfors, Dr. Dietmar Rahlmeyer, Dr. Alexander Reuter, Franz Rossen, Tsuneo Sato, Claus-W. Schwab, René von Samson-Himmelstjerna, Raimon Segura, Gaute Sletten, Richard J. Taylor, Claus Ullrich, Dr. Hans Wille, Dr. Florian Amereller, Dr. Panajotta Lakkis, Manuel Biehler, Ekatarina Budak, Dr. Robert Budde, Dr. Kai Christian Fischer, Dr. Ulrike Glück, Dr. Jürgen Gösde, Dr. Christiane Gucht, Gunther Hess, Dr. Gerhard Hochedlinger, Gregor Kleinknecht, Dr. Stefan Krüger, Fabienne Kutscher-Puis, Sebastian Omlor, Dr. Magdalena Pajor-Bytomski, Dr. Jörg Podehl, Dr. Amelie Pohl, Tobias Somary, Mikio Tanaka, Falk Tischendorf, Mark van der Moolen, Dr. Malte Passarge  
3., neubearbeitete und erweiterte Auflage

[Handbuch des Vertriebsrechts – Wank / Flohr / Semler / et al.](#)

ist ein Produkt von [beck-shop.de](#)

Thematische Gliederung:

[Vertragshändler, Vertriebsrecht](#)



Verlag C. H. Beck München 2010

Verlag C. H. Beck in 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 zaghaft 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 Mineralölzeugnisse und sonstige Produkte im Tankstellenvertrieb (Brüggemann/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

<b>§ 1 Vertriebsrecht als Rechtsgebiet .....</b>	<b>3</b>
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
<b>§ 2 Betriebs- und absatzwirtschaftliche Hintergründe von Vertriebsverträgen .....</b>	<b>29</b>
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

<b>§ 3 Erscheinungsformen von Vertriebsverträgen</b> .....	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
<b>§ 4 Die Rechtsnatur von Vertriebsverträgen</b> .....	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
<b>§ 5 Kriterien für die Vertragstypenwahl</b> .....	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
<b>§ 6 Überblick über den Rechtsrahmen .....</b>	<b>156</b>
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
 <b>2. Kapitel. Vertriebsrecht und Verbraucherschutzrecht</b>	
<b>§ 7 Allgemeine Grundsätze, Widerrufsbelehrung und Widerrufsrecht .....</b>	<b>187</b>
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
<b>§ 8 Haustürgeschäfte (§§ 312–312 a BGB)</b> .....	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
<b>§ 9 Fernabsatzverträge (§§ 312 b–312 d und § 312 f BGB)</b> .....	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 Ausnahmereiche .....	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
<b>§ 10 E-Commerce-Verträge (§ 312 e BGB)</b> .....	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
<b>§ 11 Produkthaftung und Versicherbarkeit</b> .....	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
<b>3. Kapitel. Vertriebsrecht und Arbeitsrecht</b>	
<b>§ 12 Absatzmittler als Arbeitnehmer oder als Selbständige .....</b>	<b>295</b>
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
<b>§ 13 Handelsvertreter als Arbeitnehmer oder als Selbständige .....</b>	<b>310</b>
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
<b>§ 14 Franchisenehmer als Arbeitnehmer oder als Selbständige .....</b>	<b>325</b>
I. Gesetzliche Regelung .....	325
II. Rechtsprechung und Literatur .....	326
1. Definition .....	326
2. Arbeitnehmer oder Selbständiger .....	326
<b>§ 15 Kommissionäre und Vertragshändler als Arbeitnehmer oder als Selbständige .....</b>	<b>331</b>
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
<b>§ 16 Absatzmittler als Arbeitnehmer .....</b>	<b>335</b>
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
<b>4. Kapitel. Der Handelsvertretervertrag</b>	
<b>§ 17 Der Abschluss und Inhalt des Handelsvertretervertrages .....</b>	<b>349</b>
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
<b>§ 18 Die Durchführung des Handelsvertretervertrages .....</b>	<b>389</b>
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
<b>§ 19 Vertragsbeendigung .....</b>	<b>416</b>
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
<b>Handelsvertreterverträge in der Insolvenz .....</b>	<b>433</b>
I. Insolvenz des Unternehmers .....	433
II. Insolvenz des Handelsvertreters .....	435

## Inhaltsverzeichnis

<b>§ 20 Der Ausgleichsanspruch (ohne Versicherungs- und Bausparkassenvertreter)</b> .....	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
<b>§ 21 Nachvertragliche Abwicklungsprobleme</b> .....	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
<b>5. Kapitel. Der Vertragshändlervertrag</b>	
<b>§ 22 Abschluss, Inhalt und Durchführung</b> .....	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
<b>§ 23 Vertragsbeendigung .....</b>	<b>514</b>
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
<b>§ 24 Der Ausgleichsanspruch des Vertragshändlers .....</b>	<b>533</b>
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
<b>§ 25 Nachvertragliche Abwicklungsprobleme .....</b>	<b>561</b>
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
<b>6. Kapitel. Der Franchisevertrag</b>	
<b>§ 26 Entwicklung und Bedeutung von Franchiseverträgen .....</b>	<b>576</b>
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
<b>§ 27 Abschluss und Durchführung von Franchiseverträgen .....</b>	<b>588</b>
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

<b>§ 28 Kartellrechtliche Wirksamkeitsschranken von Franchiseverträgen</b> .....	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
<b>§ 29 Die Beendigung und die nachvertragliche Abwicklung von Franchiseverträgen</b> .....	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
<b>7. Kapitel. Sonstige Vertriebsverträge und Regelungstypen</b>	
<b>§ 30 Fachhändlervertrag</b> .....	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
<b>§ 31 Kommissionär und Kommissionsagent .....</b>	<b>746</b>
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

<b>§ 32 Direktvertrieb – Direct-Marketing</b> .....	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
<b>§ 33 Internetvertrieb – Electronic Commerce</b> .....	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. Trennungsgebot .....	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
<b>§ 34 Versandhandel und Teleshopping</b> .....	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
<b>§ 35 Vertriebliche Verbundgruppen .....</b>	<b>862</b>
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
<b>8. Kapitel. Europäisches Kartellrecht</b>	
<b>§ 36 Grundlagen .....</b>	<b>885</b>
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
<b>§ 37 Die Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Wettbewerbsbeschränkungen ..</b>	<b>922</b>
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

<b>§ 38 Vertikale Wettbewerbsbeschränkungen im deutschen Kartellrecht</b> .....	949
A. Die Übernahme des EG-Vertriebskartellrechts durch die 7. GWB-Novelle .....	949
B. Besonderheiten bei der Anwendung des GWB .....	949
<b>§ 39 Das Behinderungs- und Diskriminierungsverbot des § 20 Abs. 1 bis 5 GWB</b> .....	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
<b>§ 40 Kundenschutzverträge/Schneeballsysteme/Strategische Allianzen .....</b>	<b>1046</b>
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

<b>11. Kapitel. Exportkontrollrecht und Vertriebsverträge</b>	
<b>§ 44 Außenwirtschaftsrecht und Exportkontrolle</b>	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
<b>§ 45 Exportkontrolle im Rüstungsbereich und aus Gründen der öffentlichen Sicherheit und Ordnung</b>	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
<b>12. Kapitel. Branchenspezifische Besonderheiten im Vertriebsrecht</b>	
<b>§ 46 Automobile (unter Einschluss der KfZ-GVO)</b>	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
<b>§ 47 Computer und Software</b>	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
<b>§ 48 Finanzdienstleistungen</b> .....	<b>1223</b>
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
<b>§ 49 Mineralölherzeugnisse und sonstige Produkte im Tankstellenvertrieb</b> .....	<b>1294</b>
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
<b>§ 50 Vertrieb von Verlagserzeugnissen</b> .....	<b>1317</b>
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

<b>§ 51 Arzneimittel</b> .....	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
<b>§ 52 Bier und alkoholfreie Getränke</b> .....	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
<b>§ 53 Sportrechtevertrieb</b> .....	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
<b>13. Kapitel. Internationales Vertriebsrecht und Internationale Zuständigkeit</b>	
<b>§ 55 Internationales Vertriebsrecht .....</b>	<b>1465</b>
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
<b>§ 56 Europäisches Handelsvertreterrecht .....</b>	<b>1483</b>
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
<b>§ 57 Belgien .....</b>	<b>1495</b>
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
<b>§ 58 Dänemark</b> .....	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
<b>§ 59 Finnland</b> .....	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
<b>§ 60 Frankreich</b> .....	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
<b>§ 61 Italien</b> .....	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
<b>§ 62 Niederlande</b> .....	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
<b>§ 63 Norwegen</b> .....	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
<b>§ 64 Österreich</b> .....	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
<b>§ 65 Polen .....</b>	<b>1614</b>
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
<b>§ 66 Schweden .....</b>	<b>1633</b>
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

<b>§ 67 Schweiz</b> .....	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
<b>§ 68 Spanien</b> .....	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

<b>§ 69 Ungarn</b> .....	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
<b>§ 70 Vereinigtes Königreich, insbesondere England und Wales</b> .....	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
 <b>14. Kapitel. Vertriebsverträge mit dem außer-europäischen Ausland</b>	
<b>§ 71 Ägypten</b> .....	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
<b>§ 72 China</b> .....	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

<b>§ 73 Indien</b> .....	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
<b>§ 74 Japan</b> .....	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
<b>§ 75 Russische Föderation</b> .....	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
<b>§ 76 Vereinigte Arabische Emirate und Saudi-Arabien .....</b>	<b>1818</b>
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
<b>§ 77 Vereinigte Staaten von Amerika .....</b>	<b>1836</b>
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

<b>§ 78 Internationale Zuständigkeit .....</b>	<b>1851</b>
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
<b>§ 79 Der Handelsvertreter-Prozess .....</b>	<b>1863</b>
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
<b>§ 80 Schiedsgerichts- und Schlichtungsverfahren .....</b>	<b>1874</b>
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
<b>§ 81 Mediation .....</b>	<b>1921</b>
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
<b>16. Kapitel. Korruption und Compliance</b>	
<b>§ 82 Anti-Korruptions-Compliance im Vertrieb .....</b>	<b>1929</b>
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