

Commercial & Litigation

Handel oder Handwerk: Wer zahlt für Ein- und Ausbau mangelhaften Materials?

Gewerberaummiete: BGH erklärt Schriftformheilungsklauseln für unwirksam

Handelsvertreterausgleich: Werbung von Bestandskunden als Neukunden

AGB: Aushandeln ist mehr als Verhandeln

Weitere Themen siehe Innenteil

Handel oder Handwerk: Wer zahlt für Ein- und Ausbau mangelhaften Materials?

[Seite 3](#)

Gewerberaummiete: BGH erklärt Schriftformheilungsklauseln für unwirksam

[Seite 5](#)

Handelsvertreterausgleich: Werbung von Bestandskunden als Neukunden

[Seite 7](#)

AGB: Aushandeln ist mehr als Verhandeln

[Seite 9](#)

Händlerpflichten bei der Produktkennzeichnung

[Seite 10](#)

Verpflichtung zur Zahlung eines Transportkostenvorschusses bei behaupteten Mängeln

[Seite 11](#)

Vertriebsverträge: Luxusanbieter dürfen Verkauf auf bestimmten Internetplattformen verbieten

[Seite 13](#)

Handel oder Handwerk: Wer zahlt für Ein- und Ausbau mangelhaften Materials?

Reform der kaufrechtlichen Mängelhaftung

Am 9. März 2017 hat der Bundestag die Reform der kaufrechtlichen Mängelhaftung beschlossen. Erst Mitte Februar 2017 hatte die Große Koalition den Streit um die Ausgestaltung dieser Reform beigelegt. Nachdem sich am 31. März 2017 der Bundesrat mit dem Gesetzentwurf befasst hat, tritt das Gesetz zum 1. Januar 2018 in Kraft (BGBl. I 2017, S. 969) und gilt für ab diesem Zeitpunkt geschlossene Verträge.

Bisher: Kostentragung durch das Handwerk

Angenommen, ein Verbraucher beauftragt einen Fliesenleger, sein Badezimmer neu zu fliesen. Dabei wird einerseits ein Kaufvertrag geschlossen, in dem der Fliesenleger sich verpflichtet, Fliesen zu liefern. Andererseits – soweit es um das Verlegen der Fliesen geht – handelt es sich um einen Werkvertrag. Interessant wird es nun, wenn sich nach der Verlegung der Fliesen herausstellt, dass sie nicht, wie vereinbart, makellos weiß sind, sondern Beschädigungen aufweisen. Dann stellt sich die Frage, inwieweit der Fliesenleger hierfür haftet. Durch den Kaufvertrag war er verpflichtet, mangelfreie Fliesen zu liefern. Wenn vereinbart war, dass die Fliesen weiß sein sollten, so sind Fliesen mit Beschädigungen mangelhaft. Der Vertrag wurde also nicht ordnungsgemäß erfüllt. Daraus folgt die Pflicht, erneut Fliesen zu liefern, und diesmal mangelfreie. Man könnte nun meinen, damit ende die Haftung des Fliesenlegers, da ihn auch ursprünglich nur die Pflicht zur Lieferung des Materials traf. Wenn es bei dieser Folge bleibt, steht der Verbraucher allerdings vor dem Problem, dass die neuen Fliesen nicht verlegt werden können, weil die mangelhaften Fliesen zuvor erst einmal entfernt werden müssen. Aufgrund des Werkvertrages kann der Verbraucher allerdings nicht verlangen, dass die alten Fliesen entfernt und die neuen verlegt werden. Denn die Pflicht aus dem Werkvertrag hat der Fliesenleger ordnungsgemäß erfüllt: Er hat die Fliesen fach- und vertragsgerecht verlegt.

Damit der Verbraucher nicht mit den Kosten von Ein- und Ausbau belastet wird, hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) entschieden, dass ein Unternehmer, der mangelhaftes Material

liefert bzw. verwendet, nicht nur zur Lieferung neuen Materials verpflichtet ist, sondern auch zum Ausbau der alten und Einbau der mangelfreien Ware. Die zugrundeliegende EU-Richtlinie gebietet es, dass die Nacherfüllung (also die Reparatur der Kaufsache oder die Lieferung mangelfreier Ware) für den Verbraucher „unentgeltlich und ohne erhebliche Unannehmlichkeiten“ zu erfolgen hat. Da es jedoch keineswegs „unentgeltlich und ohne erhebliche Unannehmlichkeiten“ für den Verbraucher ist, wenn dieser mit den Kosten für den Ausbau der mangelhaften und den erneuten Einbau mangelfreier Ware belastet wird, hat der EuGH diese Kosten dem Unternehmer auferlegt.

Diese Regelung gilt jedoch nur bei Kaufverträgen zwischen Unternehmer und Verbraucher. Wenn der Endkunde Unternehmer ist, hat er aus dem Kaufvertrag nur einen Anspruch auf Neulieferung mangelfreier Materials, nicht jedoch auf Ausbau des mangelhaften und Einbau des neuen Materials.

Dem Handwerker bleibt dann nur der Rückgriff auf seinen Lieferanten, der allerdings ausschließlich die Materialkosten und gerade nicht die Ein- und Ausbaukosten tragen muss. Der Arbeitsaufwand kann aber deutlich überwiegen, vor allem, wenn das Material selbst nur einen geringen Wert hat. Der Gesetzgeber sieht diese Kostenbelastung als unverhältnismäßig an, da das Handwerk die Mangelhaftigkeit nicht verursacht und auch sonst nicht pflichtwidrig gehandelt habe. Deshalb wird das geltende Recht jetzt durch die Reform des Mängelgewährleistungsrechts geändert.

Künftig: Kostenverlagerung auf den Handel

Die vom Bundestag beschlossene Reform sieht vor, dass *„der Verkäufer im Rahmen der Nacherfüllung verpflichtet ist, dem Käufer die erforderlichen Aufwendungen für das Entfernen der mangelhaften und den Einbau oder das Anbringen der nachgebesserten oder gelieferten mangelfreien Sache zu ersetzen, wenn der Käufer die mangelhafte Sache gemäß ihrer Art und ihrem Verwendungszweck in eine andere Sache eingebaut oder an eine andere Sache angebracht hat.“*

Dieser neue Anspruch des Käufers gilt nicht nur für Kaufverträge zwischen Unternehmer und Verbraucher über eine bewegliche Sache (Verbrauchsgüterkaufverträge), sondern für alle Kaufverträge, also auch wenn der Endkunde ein Unternehmer ist.

Die Gesetzesinitiative der Bundesregierung war noch auf die Kosten für den „Ein- und Ausbau“ beschränkt. Dies wurde unter anderem vom Zentralverband des Deutschen Handwerks kritisiert. Dieser argumentierte, dass viele Handwerks-

sparten wie zum Beispiel Maler durch den Wortlaut vom Anwendungsbereich der Regelung ausgeschlossen würden. Die nunmehr beschlossene Regelung hat einen weiteren Anwendungsbereich und gilt für alle materialverarbeitenden Betriebe.

Zunächst war vorgesehen, dass der Verkäufer nach seiner Wahl entweder selbst den erforderlichen Ausbau der mangelhaften und den Einbau der nachgebesserten oder gelieferten mangelfreien Sache vornimmt, oder dem Käufer die hierfür erforderlichen Aufwendungen ersetzt. Die Kritik des Zentralverbands des Deutschen Handwerks, es könne nicht sein, dass der Verbraucher die Reparatur durch einen anderen als den von ihm ausgewählten Vertragspartner dulden müsse, hat den Gesetzgeber dazu bewogen, den ursprünglichen Entwurf auch in dieser Hinsicht zu ändern. Die Streichung des Rechts des Verkäufers, den Aus- und Einbau selbst vorzunehmen, soll die Konkurrenz von Pflichten aus Werkverträgen einerseits und Kaufverträgen andererseits verhindern. Ein Handwerker wird also künftig die Wahl haben, die mangelhafte Sache entweder selbst zu entfernen und die neue oder nachgebesserte Sache einzubauen, oder dem Endkunden die hierfür erforderlichen Aufwendungen zu erstatten.

Ausschluss der Kostentragungspflicht in Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Die neue Pflicht, die zum Zweck der Nacherfüllung erforderlichen Aufwendungen zu tragen, kann in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gegenüber Verbrauchern nicht ausgeschlossen werden. Dies macht der Gesetzgeber dadurch deutlich, dass er die neu geschaffene Kostentragungsregelung einem sogenannten Klauselverbot unterworfen hat. Inwiefern dies auch im B2B-Verkehr gilt, lässt der Gesetzgeber weitestgehend offen.

Grundsätzlich sind derartige Klauselverbote nicht unmittelbar auf Verträge zwischen Unternehmern anwendbar. Nichtsdestotrotz unterliegen AGB auch gegenüber Unternehmern der gerichtlichen Kontrolle. Demnach sind AGB im Unternehmensverkehr unwirksam, wenn sie den Vertragspartner entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Zur Beurteilung, ob eine solche unangemessene Benachteiligung vorliegt, dienen die gesetzlichen Klauselverbote den Gerichten als Indizien.

Es liegt deshalb nahe, dass die Kontrolle eines formularvertraglichen Ausschlusses der neuen Mängelhaftung von Gerichten für unwirksam erklärt werden könnte. Mit dieser Frage haben sich auch die am Gesetzgebungsverfahren Beteiligten befasst.

Insbesondere der Zentralverband des Deutschen Handwerks machte seine Bedenken deutlich. Der Gesetzgeber hat sich aber letztlich gegen eine andere Beurteilung entschieden. Es sei grundsätzlich gewollt und auch zu begrüßen, dass auch AGB im B2B-Verkehr (mittelbar) dem Klauselverbot unterlägen. Die Indizwirkung solle grundsätzlich gelten.

Im Übrigen überlässt der Gesetzgeber die genaue Beurteilung derartiger AGB der Judikatur. Die Rechtsprechung solle ausarbeiten, in welchen Fällen ein Ausschluss der Mängelhaftung in AGB möglich sein soll. Das Klauselverbot solle dann nicht gelten, wenn zwischen den Vertragsparteien ein „Machtgefälle“ besteht, welches mit einer Verbrauchersituation vergleichbar erscheint. Hierfür kämen beispielsweise Handwerker und kleine Bauunternehmen in Betracht. Es obliegt somit der Rechtsprechung, Richtlinien für eine AGB-rechtliche Beurteilung zu entwickeln.

Für AGB-Anwender entsteht durch diese vom Gesetzgeber geschaffene Unklarheit eine erhebliche Rechtsunsicherheit. Gerichte müssen im Einzelfall entscheiden, ob ein Ausschluss wirksam ist und dies von allerlei Kriterien abhängig machen, die der Gesetzgeber nicht hinreichend ausführt.

Vor diesem Hintergrund empfiehlt es sich, dass Unternehmer ihre AGB zum 1. Januar 2018 an die neue Gesetzeslage anpassen. Insbesondere sollte weder pauschal auf einen Ausschluss der Mängelhaftung verzichtet werden, noch empfiehlt es sich, einen solchen in jedem Fall zu verwenden. Vielmehr ist eine genaue Betrachtung der Unternehmenssituation sowie des jeweiligen Geschäfts geboten, um beurteilen zu können, ob ein Ausschluss einer gerichtlichen AGB-Kontrolle standhalten würde. In vielen Fällen wird eine grobe Einschätzung möglich sein, wodurch insbesondere kleineren Unternehmen die Gefahr der neuen und unter Umständen sehr kostspieligen Mängelhaftung genommen werden kann.



Dr. Christoph von Burgsdorff, LL.M. (Essex)
Partner
Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Hamburg
Telefon +49 40 18067 12179
christoph.von.burgsdorff@luther-lawfirm.com

Gewerberaummiete: BGH erklärt Schrift- formheilungsklauseln für unwirksam

BGH, Urteil vom 27.09.2017 – XII ZR 114/16

Sogenannte Schriftformheilungsklauseln, die sich seit einigen Jahren in nahezu jedem Mietvertrag über Gewerberaum finden und mit denen insbesondere der Vermieter einer vorzeitigen Kündigung durch den Mieter aufgrund eines potentiellen Schriftformverstößes Einhalt gebieten will, sind unwirksam und zwar sowohl in Formular- wie auch in Individualverträgen. Gleichwohl kann die unter Berufung auf einen Schriftformmangel ausgesprochene Kündigung treuwidrig sein, wenn die nicht schriftformgerechte Abrede lediglich der kündigenden Partei vorteilhaft ist.

Die Entscheidung

Die Parteien des Rechtsstreits hatten einen auf mehrere Jahre befristeten, schriftformgerechten Mietvertrag über Gewerberaum abgeschlossen, der durch zwei spätere, ebenfalls schriftformgerechte Nachträge ergänzt und abgeändert wurde. Beide Nachträge enthalten eine sogenannte Schriftformheilungsklausel mit dem sinngemäßen Inhalt:

„Den Parteien ist bekannt, dass der Mietvertrag und alle nachträglich getroffenen Vereinbarungen der gesetzlichen Schriftform unterliegen. Sie verpflichten sich gegenseitig, auf jederzeitiges Verlangen einer Partei alle Handlungen vorzunehmen und alle Erklärungen abzugeben, die erforderlich sind, um den gesetzlichen Schriftformerfordernissen Genüge zu tun und den Mietvertrag nicht unter Berufung auf die Nichteinhaltung der Schriftform zu kündigen.“

Im Verlaufe des Mietverhältnisses schickte der Vermieter dem Mieter einen Brief, mit dem er eine Abänderung der vertraglich vereinbarten Wertsicherungsklausel dahingehend begehrte, dass eine Mietänderung bereits bei einer Veränderung des Verbraucherpreisindex um 5 % statt bislang 10 % eintreten sollte. Der Mieter vermerkte auf dem Schreiben handschriftlich „Einverstanden“, unterzeichnete diesen Vermerk und sendete das Schreiben an den Vermieter zurück, der nach wenigen Monaten dann auch eine Mieterhöhung geltend machte, die der Mieter wiederum akzeptierte. Drei Jahre später und sechs Jahre

vor Ablauf der vereinbarten Festmietzeit erklärte der Vermieter die ordentliche Kündigung des Mietvertrages mit der Begründung, die lediglich briefliche Abrede über die Abänderung der Wertsicherungsklausel genüge nicht der gesetzlichen Schriftform und die Schriftformheilungsklausel sei unwirksam.

Der BGH hat zwar beide Punkte bejaht, in der Kündigung des auf Räumung und Herausgabe klagenden Vermieters aber gleichwohl einen Verstoß gegen Treu und Glauben gesehen, weshalb diese keine Wirkung entfalte:

Mit der Wertsicherungsklausel sei eine die Miethöhe betreffende und damit vertragswesentliche Vereinbarung geändert worden, ohne dass diese Änderung den Anforderungen des § 550 BGB an die Einhaltung der gesetzlichen Schriftform genügt hätte, denn die briefliche Vereinbarung habe schon nicht hinreichend auf den Mietvertrag und seine Nachträge Bezug genommen. Die gesetzliche Folge dieses Schriftformverstößes bestünde nun eigentlich darin, dass der Mietvertrag als auf unbestimmte Zeit geschlossen gilt und von beiden Seiten jederzeit unter Einhaltung der gesetzlichen Kündigungsfristen ordentlich gekündigt werden könnte.

Die Kündigung des Vermieters hielt der BGH jedoch für treuwidrig. Dies folge allerdings nicht etwa aus der in den beiden Nachträgen enthaltenen Schriftformheilungsklausel, denn derartige Klauseln, mit denen nicht nur einem ganz konkret befürchteten Formmangel entgegengewirkt werden soll, sondern die eine generelle Verpflichtung der Vertragsparteien enthalten, Schriftformverstöße jedweder Art nachträglich zu beseitigen, um so eine „vorzeitige“ Vertragsbeendigung zu unterbinden, seien wegen Verstoßes gegen zwingendes Recht stets unwirksam. Dies gelte unabhängig davon, ob sie formularvertraglich, also als Allgemeine Geschäftsbedingung, oder in Form einer Individualabrede vereinbart werden und sowohl für die Wohn- wie auch für die Gewerberaummiete.

Die Treuwidrigkeit sah der BGH vielmehr in dem Umstand, dass es gerade der Vermieter gewesen sei, der auf die Abänderung der Wertsicherungsklausel gedrängt habe, und diese Neuregelung habe auch ausschließlich seinem Interesse gedient. Bei realistischer Betrachtung habe allein er von der Vertragsänderung profitieren können, weil eine Mieterhöhung damit wesentlich früher als nach der alten Regelung habe eintreten können. Vor diesem Hintergrund würde eine vorzeitige Vertragsbeendigung für den Mieter zu einem schlechthin untragbaren Ergebnis führen.

Unser Kommentar

Die Entscheidung des BGH ist gleich in dreierlei Hinsicht von wesentlicher Bedeutung:

So hat er nochmals herausgestellt, dass auch vermeintlich kleine und auf den ersten Blick weniger bedeutende Vertragsänderungen der gesetzlichen Schriftform unterliegen, sofern sie denn die sogenannten *essentialia negotii*, also die vertragswesentlichen Bestimmungen (namentlich die Mietvertragsparteien, den Mietgegenstand, die Miethöhe und die Vertragslaufzeit) betreffen, was seitens der Instanzgerichte gerne verkannt wird.

Dies gilt etwa auch für den Fall, dass die Parteien in dem Mietvertrag zwar vorgesehen haben, dass der Mieter die laufenden Betriebskosten zu tragen, hierauf jedoch keine monatlichen Vorauszahlungen zu entrichten hat; verständigen sich die Parteien dann im Laufe des Mietverhältnisses mündlich oder stillschweigend, jedenfalls aber nicht schriftformkonform, auf die Zahlung solcher Betriebskostenvorauszahlungen, kann dies dazu führen, dass der Mietvertrag als auf unbestimmte Zeit geschlossen gilt und vorzeitig gekündigt werden kann (vgl. BGH, Urteil vom 13.11.2013, XII ZR 142/12).

Nach der nun ergangenen Entscheidung kommt es jedoch des Weiteren darauf an, wen die schriftformwidrige Abrede denn begünstigt. Wer einen Vorteil aus einer solchen Vereinbarung zieht, kann sie nicht zugleich dazu nutzen, das Vertragsverhältnis zu beenden. Ebenso wie der frühere Eintritt einer Mieterhöhung kommt auch die Verpflichtung des Mieters zur Leistung von Betriebskostenvorauszahlungen ausschließlich dem Vermieter zugute. Auch in dem vorgenannten Beispielsfall könnte daher allenfalls der Mieter, nicht aber der Vermieter die ordentliche Kündigung aussprechen.

Dass der BGH der Wirksamkeit von Schriftformheilungsklauseln nun eine Absage erteilt hat, überrascht weniger und war wohl nur eine Frage der Zeit. Bereits Anfang 2014 hatte der BGH festgestellt, dass jedenfalls der Erwerber eines Grundstücks, der kraft Gesetzes in die bestehenden Mietverträge auf der Vermieterseite eintritt, an derartige Heilungsklauseln nicht gebunden ist und dessen ungeachtet ein langfristig eingegangenes Mietverhältnis im Falle von Schriftformverstößen ordentlich kündigen kann (BGH, Urteil vom 22.01.2014, XII ZR 68/10).

Schon damals hatte der BGH darauf hingewiesen, dass es sich bei der die Schriftform regelnden Vorschrift des § 550 BGB um zwingendes Recht handelt und es nicht darauf ankommt, ob die Klausel von einer Vertragspartei formularvertraglich als Allgemeine Geschäftsbedingung vorgegeben oder ob sie von den Parteien individuell ausgehandelt wurde. Insofern ist

die jetzt ergangene Entscheidung des BGH nur folgerichtig und konsequent.

Es ist nun zu erwarten, dass gerade die großen gewerblichen Vermieter von Ladeneinheiten in Einkaufszentren und dergleichen, sofern sie es nicht ohnehin bereits tun, wieder in die Verhaltensmuster vor Beginn der sogenannten Auflockerungsrechtsprechung des BGH zurückfallen werden und Mietvertragsurkunden sowie Nachträge produzieren, die jeden Notar erblassen lassen, um jedem noch so kleinen Verdacht eines Schriftformverstößes entgegenzuwirken.



Ole-Jochen Melchior

Partner

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Essen

Telefon +49 201 9220 24028

ole.melchior@luther-lawfirm.com

Handelsvertreterausgleich: Werbung von Bestands- kunden als Neukunden

EuGH, Urteil vom 07.04.2016 – C-315/14

Endet die vertragliche Beziehung zwischen einem Unternehmen und dessen Handelsvertreter, so steht diesem gemäß § 89b HGB eine Ausgleichszahlung zu. Alle langfristigen Vorteile, die dem Unternehmen durch die Tätigkeit des Handelsvertreters entstehen, sollen dem Handelsvertreter vergütet werden. § 89b HGB beruht auf der Handelsvertreterrichtlinie (86/653/EWG), weshalb diese bei der Auslegung von § 89b HGB eine wichtige Rolle spielt.

Der EuGH hat sich aufgrund einer Vorlage des BGH mit der Frage befasst, ob Kunden, die bereits eine Geschäftsbeziehung mit dem Unternehmen unterhalten, dennoch Neukunden im Sinne des § 89b HGB sein können. Diese Frage hat einen signifikanten Einfluss darauf, ob bzw. in welcher Höhe ein Ausgleichsanspruch besteht.

Wertung in Deutschland

Grundsätzlich ist bei der Festlegung der Höhe des Ausgleichs zu differenzieren, ob der jeweilige Kunde vom Handelsvertreter gänzlich neu geworben oder ob lediglich eine bestehende Vertragsbeziehung vertieft wurde. Ist durch die Tätigkeit des Handelsvertreters lediglich eine bestehende Vertragsbeziehung vertieft worden, ist dies bei der Berechnung der Ausgleichshöhe nur zu berücksichtigen, wenn diese Erweiterung der Geschäftsbeziehungen wesentlich ist. Eine wesentliche Intensivierung wird beispielsweise angenommen, wenn der Umsatz, der durch die Geschäftsbeziehung erzielt wird, durch die Bemühungen des Handelsvertreters um mehr als 50 % oder in einigen Märkten sogar um 100 % steigt. Diese verhältnismäßig hohe Hürde der Wesentlichkeit verhindert häufig einen Ausgleichsanspruch des Handelsvertreters in solchen Fällen.

Aufgrund der unterschiedlich strengen Voraussetzungen für eine Berücksichtigung der Geschäftsbeziehungen bei der Ausgleichszahlung ist es für Unternehmen wie für Handelsvertreter gleichermaßen von großem Interesse, ob ein Kunde neu geworben oder lediglich eine bestehende Geschäftsbeziehung erweitert wurde. Vermittelt der Handelsvertreter beispielsweise Produkte an einen Kunden, der bisher mit dem Unternehmen nur bezüglich Produkte einer anderen Branche eine Geschäfts-

beziehung unterhielt, so ist dieser ebenfalls als Neukunde zu berücksichtigen. Betreffen die bereits bestehende und die neue (fragliche) Geschäftsbeziehung hingegen dieselbe Branche, war bisher anzunehmen, dass keine Neukundenwerbung vorlag.

EuGH-Urteil

Mit Urteil vom 7. April 2016 stellte sich der EuGH gegen diese Beurteilung. Im Rechtsstreit der Marchon Germany GmbH („Marchon“) mit einem ihrer Handelsvertreter war zu entscheiden, ob Bestandskunden als Neukunden geworben werden können. Der Handelsvertreter war beauftragt, nur einen Teil der Produktpalette von Marchon zu vertreiben. Im Folgenden vertrieb der Handelsvertreter die Produkte nicht nur an Neukunden, sondern auch an Bestandskunden, die bereits in einer branchengleichen Geschäftsbeziehung mit Marchon standen.

Laut EuGH ist für die Einordnung als Neukunde maßgeblich, ob durch die Tätigkeit des Handelsvertreters eine *spezielle Geschäftsbeziehung* zustande gekommen ist und zwar im Rahmen der dem Handelsvertreter anvertrauten Produkte. Die genaue Beurteilung, wann eine solche spezielle Geschäftsbeziehung begründet ist, überlässt der EuGH den nationalen Gerichten und gibt nur einige mögliche Indizien an. So deutete die Beauftragung des Handelsvertreters, bestehende Kunden mit neuen Marken vertraut zu machen, und der Umstand, dass nur ein Teil der Produktpalette vertrieben werden soll, auf eine spezielle Geschäftsbeziehung hin. Umstände, die den Vertrieb durch den Handelsvertreter erleichtern, wie beispielsweise bereits bestehende Geschäftsbeziehungen, seien im Rahmen der Billigkeit des Ausgleichsanspruchs anspruchsmindernd zu berücksichtigen.

Praxisfolgen

Mit diesem Auflockern des branchenspezifischen Ansatzes erweitert der EuGH die Zahl der Neukundenwerbungen erheblich. Erfolgt der Vertrieb durch den Handelsvertreter an Bestandskunden, wird darin nun häufiger die Werbung eines Neukunden liegen. Damit einhergehend wird auch die Höhe vieler Ausgleichsansprüche steigen. Die hohe geforderte Umsatzsteigerung für einen Ausgleichsanspruch bei der Intensivierung der Beziehungen zu Altkunden hat bis jetzt häufig einen Ausgleichsanspruch verhindert. Für Neukundenwerbungen gilt diese Hürde nicht.

Laut EuGH sei es entscheidend, ob der Handelsvertreter mit dem Bestandskunden eine „spezielle Geschäftsbeziehung“ begründe. Wie dies aber zu beurteilen ist, hat der EuGH den nationalen

Gerichten belassen. Der EuGH nennt ein paar Indizien, wann eine solche spezielle Geschäftsbeziehung vorliegen könnte. So werden Handelsvertreter, die nur mit einem Teil des Sortiments des Unternehmens ausgestattet sind und Kunden an dieses Sortiment heranführen, in der Regel diesen als Neukunden werben. Bestandskunden gelten demnach nicht nur dann als Neukunden, wenn sie Produkte aus einer anderen Branche, sondern schon dann, wenn sie Produkte eines anderen Produktsegments mittels des Handelsvertreters erwerben.

Das Urteil des EuGH hat weitreichende Konsequenzen. Das häufig verwendete Modell der Segmentierung, bei dem einzelne Handelsvertreter nur mit einem Teil des Produktsortiments betraut werden, birgt nun die Gefahr, dass Kunden, mit denen bereits eine Geschäftsbeziehung besteht, mehrfach als Neukunden gewertet werden könnten, wenn sie mittels verschiedener Handelsvertreter Produkte des Unternehmens erwerben. Dies wiederum führt zu der Frage, wie Substituierungen und Konkurrenzen zwischen Handelsvertretern zu beurteilen sind.

Schließt ein Bestandskunde mittels eines Handelsvertreters einen Vertrag über bestimmte Produkte des Unternehmens, die er noch nicht im Sortiment hat – wohl aber andere Produkte des Unternehmens – so wird er unter Umständen als Neukunde zu beurteilen sein. Nicht immer wird der Kunde in einer solchen Konstellation weiterhin beide Produktsegmente beziehen wollen. Es ist denkbar, dass der Kunde in Zukunft nur noch Interesse an den neuen Produkten hat und er die alten Produkte ersetzt („Substituierung“). Wie in einer solchen Substituierungssituation die Werbung des Kunden bei der Berechnung des Ausgleichsanspruchs zu bewerten ist, ist immer noch fraglich. Durch den Ausgleich des Handelsvertreters sollen diesem die Vorteile, die das Unternehmen durch dessen Tätigkeit erfahren hat, angerechnet werden. Verlagert sich aber die Geschäftsbeziehung lediglich von einem Produkt auf ein anderes, hat das Unternehmen keinen unmittelbaren Vorteil. Andererseits scheint es auch unbillig, dem Handelsvertreter, der seine Aufgabe vertragsgemäß erfüllt, die Risiken des Vertriebsmodells des Unternehmens aufzubürden. Sollte dennoch eine Einschränkung vorgenommen werden wollen, wäre in dieser Situation entweder an eine Beurteilung des Kunden als Bestandskunden anstatt als Neukunden zu denken, oder an eine Berücksichtigung im Rahmen der Billigkeit des Ausgleichs.

Fraglich ist weiterhin, ob die Rechtsprechung des EuGH ausschließlich auf Handelsvertreter anwendbar ist, die Waren vermitteln, oder ob diese auch auf Handelsvertreter übertragbar ist, die Dienstleistungen vermitteln. Die Ausführungen des EuGH gründen auf der Handelsvertreterrichtlinie. Diese umfasst, anders als § 89b HGB, ausschließlich warenvertreibende Handelsvertreter. Handelsvertreter, die Dienstleistungen ver-

mitteln, fallen demnach nicht in den Anwendungsbereich der Richtlinie. Daraus folgt, dass § 89b HGB der gespaltenen Auslegung zugänglich wäre.

Grundsätzlich sind Vorschriften, welche der Umsetzung von Richtlinien dienen, einheitlich auszulegen. Eine gespaltene Auslegung erfolgt in der Regel nur, wenn ersichtlich ist, dass der Wille des Gesetzgebers bei der Umsetzung der Richtlinie darauf gerichtet war, ausschließlich den von der Richtlinie umfassten Bereich zu regeln. Ob dies bei § 89b HGB der Fall war, also eine gespaltene Auslegung anzunehmen ist, ist umstritten. Würde man eine gespaltene Auslegung annehmen, so wäre die Rechtsprechung des EuGH nicht auf Handelsvertreter anwendbar, die etwas anderes als Waren vermitteln. Die Rechtsprechung des BGH lässt darauf schließen, dass in der Rechtsprechung auch in Zukunft eine gespaltene Auslegung praktiziert werden wird. Laut BGH gebe es keine Indizien dafür, dass der Gesetzgeber eine einheitliche Auslegung der beiden Fälle beabsichtige. Ferner ergebe sich auch europarechtlich keine Grundlage, die eine einheitliche richtlinienkonforme Auslegung gebiete. Eine Änderung dieser Linie des BGH zugunsten von Dienstleistungshandelsvertretern in näherer Zukunft scheint zweifelhaft.

Lösungsansätze

Wie das Urteil des EuGH sich letzten Endes auswirkt und wie nationale Gerichte die „spezielle Geschäftsbeziehung“ handhaben, bleibt noch abzuwarten. Eine Rechtsprechung in Deutschland hat sich bisher noch nicht etabliert. Um einen zu ausufernden Ausgleichsanspruch des Handelsvertreters zu verhindern und durch das EuGH-Urteil entstehende Probleme zu vermeiden, sollten betroffene Unternehmen nach Lösungsansätzen suchen.

So käme zunächst in Betracht, von der Segmentierung des Vertriebs abzusehen. Zum einen würde so ein konkret vom EuGH genanntes Indiz für eine Neuwerbung entfallen. Wären alle Handelsvertreter für dieselbe Produktpalette oder für alle Marken zuständig, würde unter Berücksichtigung der bisherigen Rechtsprechung keine Neukundenwerbung anzunehmen sein, soweit der Kunde lediglich andere Waren des Sortiments erwirbt. Damit würden ausschließlich wesentliche Vertiefungen der Geschäftsbeziehung einen Ausgleichsanspruch des Handelsvertreters auslösen.

Eine weitere Möglichkeit, um ein Ausuferndes der Ausgleichsansprüche zu unterbinden, wäre es, niedrigere Provisionssätze für bereits bekannte oder durch das Unternehmen an den Handelsvertreter herangetragene Kunden zu vereinbaren.

Diese Lösung ist allerdings nur im Einzelfall und unter Berücksichtigung aller Umstände zu wählen. Zum einen wären wettbewerbs- und kartellrechtliche Vorgaben zu beachten. Das Risiko, gegen diese zu verstoßen, wäre beachtlich und ist je nach Marktlage schwer einschätzbar. Zum anderen wird der Erleichterung bei der Werbung der Kunden dadurch, dass Kunde und Unternehmen bereits Geschäftsbeziehungen unterhalten, im Rahmen der Billigkeitserwägungen Rechnung getragen.

Obleich eine Differenzierung der Provisionen je nach Kunden nicht zielführend ist, sollten Handelsvertreter und Unternehmen die neue Rechtsprechung des EuGH in ihre Überlegungen beim Vertragsschluss mit einem Handelsvertreter einfließen lassen. Bereits die Höhe der vereinbarten Provision kann sich auf die Höhe des Ausgleichsanspruchs auswirken. Ferner ist auch eine detaillierte Erfassung der dem Unternehmen bei Vertragsbeginn bereits bekannten Kunden (ggf. nebst Umsätzen und Produkten) empfehlenswert. Auf diese Weise könnten Unternehmen die durch das Urteil des EuGH geänderten Voraussetzungen für einen Ausgleich des Handelsvertreters adäquat berücksichtigen.

Fazit

Das Urteil des EuGH hat signifikanten Einfluss auf die Berechnung der Ausgleichszahlung von Handelsvertretern. Durch das Abrücken vom bisher herrschenden branchenspezifischen Ansatz sind nun erheblich mehr Vertragsschlüsse als Neukundenwerbung zu bewerten und lösen somit ohne die einschränkende Grenze der Wesentlichkeit Ausgleichsansprüche aus. Die vom EuGH geforderte spezielle Geschäftsbeziehung bringt – bis zu einer weiteren Ausgestaltung durch die nationalen Gerichte – erhebliche Unsicherheiten für Unternehmen mit sich. Es ist jedoch davon auszugehen, dass eine Auslegung des Begriffs sehr weit gehandhabt werden wird. Die Rechtsprechung des EuGH schützt die Interessen der Handelsvertreter. Für die Unternehmen gilt, die neue Sichtweise der Rechtsprechung in Zukunft zu berücksichtigen und die wirtschaftlichen Vorteile gegenüber den Risiken eines möglichen Ausgleichsanspruchs im Lichte der neuen Rechtsprechung abzuwägen. Genaue Überlegungen bezüglich der Gestaltung des Vertriebssystems und der Segmentierung der Produktpalette sind geboten.



Vilma Remmert-Fontes
Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Hamburg
Telefon +49 40 18067 12616
vilma.remmert-fontes@luther-lawfirm.com

AGB: Aushandeln ist mehr als Verhandeln

OLG Düsseldorf, Urteil vom 17.05.2017 – VI-U (Kart) 10/16

Allgemeine Geschäftsbedingungen finden in nahezu jeder Branche Anwendung, auch wenn sich nicht jeder Verwender allgemeiner Geschäftsbedingungen bewusst ist, eben solche zu verwenden. Um Allgemeine Geschäftsbedingungen handelt es sich nicht nur, wenn diese als landläufig sogenanntes „Kleingedrucktes“ verwendet werden. Allgemeine Geschäftsbedingungen können auch in Gestalt eines augenscheinlich „normalen“ Vertrags daherkommen. In der Entscheidung des OLG Düsseldorf vom 17. Mai 2017 geht es erneut um die Frage, ob die Vertragsparteien eine bestimmte Vertragsklausel „individuell ausgehandelt“ haben oder ob der Klauselverwender diese Klausel einseitig gestellt hat. Essentiell ist diese Unterscheidung immer wieder, wenn es um die Frage der Wirksamkeit einer vertraglichen Regelung geht.

Die Entscheidung

Die Parteien hatten im Jahr 2009 einen Vertrag mit achtjähriger Laufzeit geschlossen. Die Beklagte, Betreiberin eines Alten- und Pflegeheims, hatte sich darin verpflichtet, ihren Gesamtbedarf an 20 bestimmten Hygieneprodukten von der Klägerin, die Sanitär- und Hygieneprodukte vertreibt, abzunehmen. Lediglich in zwei Monaten hatte die Beklagte Produkte bei der Klägerin bestellt. Seither bezieht sie die Produkte von dritter Seite. Die Klägerin nimmt die Beklagte auf Auskunft über die Drittbestellungen und Zahlung von Schadensersatz in Anspruch. Das OLG verurteilte die Beklagte zur Erteilung der Auskunft; die Beklagte habe sich rechtsgültig verpflichtet, die Produkte während der Vertragslaufzeit ausschließlich bei der Klägerin zu beziehen. Die vertragswidrig getätigten Drittkäufe verpflichteten sie zum Schadensersatz. Um der Klägerin zu ermöglichen, ihren Anspruch zu beziffern, sei die Beklagte der Klägerin verpflichtet, Auskunft über die im Vertragszeitraum vorgenommenen Einkäufe bei Dritten zu erteilen.

Die Beklagte beruft sich unter anderem darauf, dass die der Beklagten für die Dauer von acht Jahren auferlegte Alleinbezugsverpflichtung AGB-rechtlich unwirksam sei. Das OLG bestätigt zunächst die Auffassung der Beklagten, dass es sich bei der streitgegenständlichen Laufzeitklausel um AGB der Klägerin handele. Das OLG stellt in seiner Entscheidung wesentliche Anforderungen, die die Rechtsprechung an das Aushandeln

von Vertragsbedingungen stellt, zusammen: Aushandeln erfordere mehr als Verhandeln. Der Verwender müsse die in seinen AGB enthaltenen Bestimmungen inhaltlich ernsthaft zur Disposition stellen und dem Verhandlungspartner Gestaltungsfreiheit zur Wahrung eigener Interessen einräumen mit zumindest der realen Möglichkeit, die inhaltliche Ausgestaltung der Vertragsbedingungen zu beeinflussen. Der Verwender müsse sich deutlich und ernsthaft zur gewünschten Änderung einzelner Klauseln bereit erklären. Beweisbelastet sei hierfür der Verwender der AGB, auch bei Verträgen zwischen Unternehmen.

Die Alleinbezugsverpflichtung halte – so das OLG – einer AGB-rechtlichen Inhaltskontrolle jedoch stand. Eine unangemessene Benachteiligung – und damit die Unwirksamkeit der Klausel – sei mit Hilfe einer umfassenden Abwägung der schützenswerten Interessen beide Parteien im Einzelfall festzustellen. Notwendig sei eine Gegenüberstellung der insgesamt begründeten gegenseitigen Rechte und Pflichten. Vorliegend stünden der achtjährigen Alleinbezugsverpflichtung zahlreiche werthaltige Gegenleistungen der Klägerin gegenüber, ohne dass die Beklagte substantiiert ein Missverhältnis der beiderseitigen Vertragspflichten zu ihrem Nachteil dargelegt hätte.

Daneben befasst sich die Entscheidung mit dem Umfang einer Handlungsvollmacht einer Heim- und Pflegedienstleiterin. Eine Unwirksamkeit der Ausschließlichkeitsbindung aus vertriebskartellrechtlichen Gründen verneint das OLG.

Unser Kommentar

Die Entscheidung des OLG erinnert an die durchaus strengen Anforderungen, die die Rechtsprechung an das Aushandeln von Vertragsbedingungen stellt. Es genügt keinesfalls, dem Vertragspartner einen Entwurf zukommen zu lassen, der lediglich den Anschein der Verhandlungsbereitschaft erwecken soll, um so der strengen AGB-Klauselkontrolle zu entgehen. Erforderlich ist vielmehr, ernsthafte Verhandlungsbereitschaft zu leben – und diese zu dokumentieren.



Dr. Maresa Hormes
Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH
Essen
Telefon +49 201 9220 24815
maresa.hormes@luther-lawfirm.com

Händlerpflichten bei der Produktkennzeichnung

Nur sichere Produkte sollen auf den Markt gelangen! Dies ist der zentrale Zweck des Produktsicherheitsrechts, und jede hierzu zählende Regelung dient letztlich alleine seiner Verwirklichung. Das Produktsicherheitsgesetz (ProdSG) – in Deutschland Ausgangspunkt und gleichermaßen Flaggschiff des Produktsicherheitsrechts – sieht zur Erreichung dieses Zwecks neben dem allgemeinen Verbot der Bereitstellung unsicherer Produkte insbesondere Kennzeichnungspflichten vor.

Die Kennzeichnungspflichten treffen dabei in erster Linie den Hersteller (daneben teilweise auch dessen Bevollmächtigten und den Einführer). So ist der Hersteller eines Verbraucherproduktes gemäß § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG verpflichtet, seinen Namen und seine Kontaktanschrift auf dem Verbraucherprodukt oder, wenn dies nicht möglich ist, auf dessen Verpackung anzubringen. Darüber hinaus ist er verpflichtet, das Produkt (bzw. wenn dies wiederum nicht möglich ist, dessen Verpackung) mit einer CE-Kennzeichnung zu versehen, soweit eine solche vorgeschrieben ist.

Diese Pflichten des Herstellers sind nicht nur eindeutig gesetzlich definiert, sie sind bei diesem auch zweckdienlich verortet. Denn insbesondere eine CE-Kennzeichnung erfordert eine Konformitätsbewertung, die eine detaillierte Produktkenntnis auch in technischer Hinsicht voraussetzt. Händler haben diese regelmäßig nicht, weshalb der Händler im Ausgangspunkt mit der Kennzeichnung eines Produkts nichts zu tun hat. Dennoch hatte die Rechtsprechung dem Händler in der jüngeren Vergangenheit ebenfalls Pflichten in Bezug auf die Produktkennzeichnung auferlegt.

So entschied beispielsweise der BGH Anfang des Jahres 2017, dass auch der Händler für eine fehlende Produktkennzeichnung gemäß § 6 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 ProdSG hafte (Urteil vom 12. Januar 2017 – I ZR 258/15). Zwar träfe die dort geregelte Pflicht zur Angabe des Namens und der Kontaktanschrift allein den Hersteller, seinen Bevollmächtigten und den Einführer. Der Händler sei aber gemäß § 6 Abs. 5 S. 1 ProdSG dazu verpflichtet, dazu beizutragen, dass nur sichere Verbraucherprodukte auf dem Markt bereitgestellt werden. Diese Pflicht umfasse auch die Verpflichtung, dafür zu sorgen, dass die von dem Händler angebotenen Verbraucherprodukte mit dem Namen und der Kontaktanschrift des Herstellers versehen sind.

In der Folge entschied das OLG Frankfurt a.M., dass der Händler auch für das Fehlen einer vorgeschriebenen CE-Kennzeichnung haftete (Urteil vom 23. März 2017 – 6 U 23/16).

Aufgrund dieser Haftung drohen Händlern aber nicht nur Bußgelder wegen einer Ordnungswidrigkeit. Da der Vertrieb eines nicht richtig gekennzeichneten Produkts auch einen Wettbewerbsverstoß darstellt, müssen Händler ebenso mit wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen durch Wettbewerber oder Verbraucherschutzverbände rechnen.

Dem erkennbaren Trend in der Rechtsprechung, originäre Herstellerpflichten (indirekt) auf Händler auszuweiten, hat nun das OLG Köln Grenzen gesetzt (Urteil vom 28. Juli 2017 – 6 U 193/16). Beklagter war in diesem Fall ein Händler, der LED-Lampen vertrieben hatte, bei denen sich die vorgeschriebene CE-Kennzeichnung lediglich auf der Verpackung, nicht aber auf der Lampe selbst befand. Bereits das LG Aachen wies die Klage erstinstanzlich ab und auch die Berufung hatte keinen Erfolg. Das OLG Köln bejahte zwar eine Pflicht des Händlers, zu prüfen, ob die vorgeschriebene CE-Kennzeichnung angebracht ist, und bestätigte insoweit die Entscheidung des OLG Frankfurt a.M.. Diese Pflicht umfasse aber nicht die Prüfung, ob die Anbringung der CE-Kennzeichnung auch den gesetzlichen Vorgaben entspricht.

Aus Händlersicht sind die Urteile des LG Aachen und des OLG Köln zu begrüßen. Zwar ist derzeit noch Zurückhaltung geboten, da der Kläger beim BGH Nichtzulassungsbeschwerde eingelegt hat. Die beiden Entscheidungen treten aber jedenfalls dem Trend zunehmender und verschärfter Pflichten der Händler im Zusammenhang mit der Produktkennzeichnung entgegen. Gleichwohl sind die Risiken der Händler weiterhin hoch. Denn weitaus häufiger als der Fall, dass eine erforderliche CE-Kennzeichnung falsch angebracht ist, kommt es in der Praxis vor, dass bei einem CE-kennzeichnungspflichtigen Produkt überhaupt keine CE-Kennzeichnung vorhanden ist und dies von dem verkaufenden Händler unbemerkt bleibt. In diesem Fall haftet der Händler jedoch nach der Rechtsprechung, so dass weiterhin zu einer eingehenden Prüfung zu raten ist.



Andreas Mayr

Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH
Stuttgart
Telefon +49 711 9338 24713
andreas.mayr@luther-lawfirm.com

Verpflichtung zur Zahlung eines Transportkostenvorschusses bei behaupteten Mängeln

BGH, Urteil vom 19.07.2017 – VIII ZR 278/16

Der BGH traf am 19. Juli 2017 eine für alle Händler wichtige Entscheidung. Anlass war der Kauf eines Gebrauchtwagens über das Internet, wobei der Händler in Berlin und die Käuferin in Schleswig-Holstein ansässig war. Die Käuferin hatte den Pkw beim Händler abgeholt und behauptete sodann, das Fahrzeug habe einen Motorschaden und sei deshalb nicht mehr fahrtüchtig. Sie forderte den Händler auf, einen Vorschuss auf die Transportkosten zu leisten, bevor sie den Pkw zur Reparatur bzw. Überprüfung zu ihm bringen würde. Alternativ bot sie dem Händler an, er könne den Pkw bei ihr abholen. Damit war dieser jedoch nicht einverstanden und forderte, sie müsse den Wagen für die Reparatur zunächst auf eigene Kosten zu ihm bringen. Danach würde er ihr die Transportkosten ersetzen, vorausgesetzt, der Wagen sei tatsächlich mangelhaft gewesen.

Der BGH entschied nun, dass Händler sehr wohl verpflichtet sind, einen nicht unangemessen hohen Transportkostenvorschuss zu zahlen. Dies ergibt sich aus einer europarechtskonformen Auslegung des Gesetzes und setzt die verbraucherfreundliche Rechtsprechung des BGH fort. Andernfalls, so der BGH, könnten Käufer wegen der auf sie zukommenden Transportkosten davon abgehalten werden, ihre Rechte geltend zu machen.

Weiterhin keine Verpflichtung zur Reparatur beim Käufer

Der Händler ist zwar weiterhin nicht verpflichtet, sich für die Nacherfüllung zum Käufer zu begeben. Vielmehr muss dieser den Kaufgegenstand wie auch bisher zum Erfüllungsort transportieren und dort zur Reparatur zur Verfügung stellen. Wenn vertraglich nichts anderes vereinbart ist, handelt es sich dabei um den Sitz des Händlers. Neu ist aber, dass der Käufer die Verbringung der Sache zum Händler von der Zahlung eines Transportkostenvorschusses abhängig machen kann. Der Händler ist zur Leistung dieses Vorschusses verpflichtet, auch wenn er von der Mangelfreiheit der Sache überzeugt ist. Verweigert er die Zahlung, so stellt dies gleichzeitig eine Verweigerung der Nacherfüllung dar und kann Schadensersatzansprüche zur Folge haben.

Um die Zahlung des Transportkostenvorschusses aufgrund eines nur behaupteten Mangels zu vermeiden und zunächst festzustellen, ob tatsächlich ein solcher vorliegt, kann der Händler zwar immer auch verlangen, die Sache vor Ort besichtigen zu dürfen. Ob er dazu aber selbst anreist, oder eine Werkstatt vor Ort mit der Besichtigung beauftragt: Beides ist ebenfalls mit Kosten für ihn verbunden.

Rückzahlung des Vorschusses bei Mangelfreiheit

Stellt sich heraus, dass die Sache beim Verkauf tatsächlich doch nicht mangelhaft gewesen ist, so muss der geleistete Vorschuss zwar zurückgezahlt werden. Daraus folgt aber, dass der Händler das Risiko einer Insolvenz des Vertragspartners trägt.

Geltung auch für Verträge zwischen Unternehmern

Die große Bedeutung der Entscheidung des BGH liegt auch darin, dass sie nicht auf Kaufverträge zwischen Unternehmer und Verbraucher über eine bewegliche Sache (Verbrauchsgüterkauf) beschränkt, sondern auf alle Kaufverträge anwendbar ist. Wenn der Endkunde ein Unternehmer ist, gelten also die gleichen Grundsätze, so dass Händler künftig ein größeres finanzielles Risiko zu tragen haben. Vor allem Zulieferer, ob in der Automobil-Branche oder in anderen Bereichen, können sich im Falle eines Serienfehlers den Forderungen von zahlreichen Vertragspartnern gleichzeitig ausgesetzt sehen, die alle einen Transportkostenvorschuss fordern. Auch bisher konnten Zulieferer sich bei Serienfehlern zwar mit den Forderungen zahlreicher Vertragspartner gleichzeitig konfrontiert sehen, dies aber nur, wenn auch tatsächlich ein Mangel vorlag.

Gestaltungsmöglichkeiten in Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Gegenüber Verbrauchern ist gesetzlich vorgesehen, dass die Pflicht zur Zahlung des Transportkostenvorschusses in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) nicht ausgeschlossen werden kann. Bei Verträgen mit Unternehmern ist ein Ausschluss hingegen grundsätzlich möglich. Auch gegenüber Unternehmern verwendete AGB können allerdings vor Gericht überprüft werden. Sie sind unwirksam, wenn sie den Vertragspartner entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Eine solche unangemessene Benachteiligung wird immer dann vermutet, wenn die AGB gegenüber einem Verbraucher nicht zulässig wären. Grundsätzlich ist der Ausschluss des Anspruchs auf Zahlung eines Trans-

portkostenvorschusses also auch bei Verträgen zwischen Unternehmern nicht wirksam. Die Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmern sind allerdings im Gegensatz zu denen zwischen Unternehmer und Verbraucher nicht unbedingt von einem Machtgefälle geprägt. Aus diesem Grund ist der Ausschluss des Anspruchs auf Zahlung eines Transportkostenvorschusses gegenüber Unternehmern zwar regelmäßig, nicht aber ausnahmslos unzulässig.

Abgesehen vom totalen Ausschluss des Transportkostenvorschusses könnten aber auch andere Möglichkeiten bestehen, das durch eine Zahlung bei einem lediglich behaupteten Mangel entstehende Insolvenz- und Prozessrisiko zu minimieren. In Betracht kommt zum Beispiel die Regelung bestimmter Anforderungen an die Darlegung des Mangels. Der Vorschuss würde dann nicht schon bei jeder pauschalen Mangelbehauptung gezahlt werden müssen, sondern nur bei ausreichend substantiierter Darlegung. Das Risiko, einen trotz Mangelfreiheit gezahlten Vorschuss aufgrund einer Insolvenz des Vertragspartners nicht zurück zu erhalten, würde dadurch erheblich vermindert, da zumindest offensichtlich nicht vorliegende Mängel eben keine Zahlung nach sich ziehen würden.

Der richtige Weg, mit der neuen Rechtsprechung umzugehen, ist allerdings von Unternehmen zu Unternehmen verschieden. Vor allem im Zulieferbetrieb tätige Händler sollten durch eine gründliche Überprüfung ihrer AGB und Geschäftsbeziehungen ermitteln, wie ihre Verträge gegebenenfalls bestmöglich angepasst werden können. Nur so kann gewährleistet werden, dass die AGB für das jeweilige Unternehmen ihren Zweck erfüllen.



Dr. Christoph von Burgsdorff, LL.M. (Essex)
Partner
Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Hamburg
Telefon +49 40 18067 12179
christoph.von.burgsdorff@luther-lawfirm.com

Vertriebsverträge: Luxusanbieter dürfen Verkauf auf bestimmten Internetplattformen verbieten

EuGH, Urteil vom 06.12.2017 – Rs. C-230/16

Hersteller von Luxuswaren dürfen ihren Händlern in Vertriebsverträgen verbieten, die Luxusartikel auf bestimmten Massenhandelsplattformen wie Amazon oder Ebay zu vertreiben. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat entschieden, dass ein solches Verbot unter bestimmten Voraussetzungen nicht als Verstoß gegen EU-Wettbewerbsrecht zu werten ist und in selektiven Vertriebssystemen gerechtfertigt sein kann, um die Qualität der Luxusartikel zu gewährleisten.

Die Entscheidung

In dem Rechtsstreit stritten die Coty Germany GmbH, ein Anbieter von Luxuskosmetika in Deutschland, und die Akzente GmbH, ein autorisierter Einzelhändler, über das vertragliche Verbot, die Vertragswaren im Internet auf nicht autorisierten Drittplattformen anzubieten. Zu solchen Drittplattformen gehören Online-Anbieter wie beispielsweise Ebay oder Amazon, da es sich hierbei (für den Verbraucher erkennbar) nicht um den vom Einzelhändler selbst betriebenen Online-Shop handelt.

Da die Akzente GmbH Kosmetika entgegen der Vereinbarung Parfüm und Luxuskosmetika von Coty Germany GmbH auf Amazon anbot, klagte die Coty Germany GmbH auf Unterlassung. Nachdem das Landgericht Frankfurt a.M. die Klage in erster Instanz abgewiesen hatte, äußerte das OLG Frankfurt a.M. (Beschluss vom 19. April 2016, 11 U 96/14) im Berufungsverfahren Zweifel daran, ob die Vertragsklausel mit EU-Wettbewerbsrecht vereinbar sei und rief daraufhin den EuGH im Vorabentscheidungsverfahren an.

In seiner Entscheidung verweist der EuGH zunächst auf seine „Metro-Entscheidung“ (Urteil vom 25. Oktober 1977, Rs. C-26/76). Danach sollten vergleichbare selektive Vertriebssysteme zur Wahrung eines „Luxusimages“ nicht von vornherein gegen europäisches Wettbewerbsrecht (konkret Art. 101 Abs. 1 AEUV) verstoßen, wenn sie drei Kriterien (sog. „Metro-Kriterien“) erfüllen: zunächst müssen die Eigenschaften des fraglichen Erzeugnisses zur Wahrung seiner Qualität und zur

Gewährleistung seines richtigen Gebrauchs ein selektives Vertriebsnetz erfordern. Sodann muss die Auswahl der Wiederverkäufer anhand objektiver Gesichtspunkte qualitativer Art erfolgen, die einheitlich für alle in Betracht kommenden Wiederverkäufer festgelegt werden und ohne Diskriminierung angewendet werden. Schließlich dürfen die so festgelegten Kriterien nicht über das erforderliche Maß hinausgehen.

In diesem Zusammenhang stellten die Richter fest, dass selektive Vertriebssysteme sehr gut dazu geeignet sein können, die Qualität einer Luxusware zu gewährleisten. Denn die Qualität einer Ware beruhe nicht allein auf ihren materiellen Eigenschaften, sondern auch auf ihrem Prestigecharakter, der ihnen eine luxuriöse Ausstrahlung verleiht. Die Errichtung eines selektiven Vertriebssystems, welches sicherstellen soll, dass die Waren in den Verkaufsstellen in einer dem Wert angemessenen Weise dargeboten werden, sei geeignet zum Ansehen der Ware und zur Wahrung ihres Luxusimages beizutragen. Verbraucher könnten hierdurch das Produkt von anderen ähnlichen Produkten unterscheiden. Eine Schädigung dieser luxuriösen Ausstrahlungswirkung über Vertriebswege, die nicht dem Luxusimage der Ware entsprechen, sei deshalb geeignet, die Qualität der Ware selbst zu beeinträchtigen.

Dass die im Ausgangsverfahren streitige Vertragsklausel das Luxusimage der betreffenden Waren sicherstellen sollte, ergab eine Auslegung des Vertriebsvertrages selbst: Darin hatten die Parteien u.a. festgelegt, dass „die Ausstattung und Errichtung der Absatzstätte, das Warenangebot, die Werbung und die Verkaufspräsentation [...] den Luxus-Charakter der Coty Prestige-Marke herausstellen und unterstützen [müssen].“ Für diese Beurteilung sollten insbesondere Fassade, Innenausstattung, Bodenbeläge, Decken und die Beleuchtung berücksichtigt werden. Ähnlich strenge Anforderungen wurden für das (eigene) Internet-Geschäft der Akzente GmbH festgeschrieben. Dieser Geschäftsbereich war ausdrücklich nicht von dem Vertriebsverbot erfasst und hatte als „elektronisches Schaufenster“ den Luxuscharakter der Produkte zu wahren.

Unser Kommentar

Mit seiner Entscheidung hat der EuGH die Gestaltungsmöglichkeiten für die Marktteilnehmer verbessert, und zwar gerade auch für den Bereich des selektiven Vertriebs von Luxus-Artikeln außerhalb des Anwendungsbereichs der Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung (EU) Nr. 330/2010. Darin hat er die Rechtsunsicherheiten, die im Anschluss an die „Pierre-Fabre-Rechtsprechung“ (Urteil vom 13. Oktober 2011, Rs. C-439/09) entstanden sind, beseitigt. Dort hatte der EuGH noch entschieden, dass das Ziel, den Prestigecharakter eines

Produkts zu schützen, kein legitimes Ziel zur Beschränkung des europäischen Wettbewerbs sei. Der Entscheidung lag jedoch ein vollständiges Verbot des Internetvertriebs zugrunde, sodass in der Folge Unklarheit darüber herrschte, ob die Wahrung des Luxusimages einer Marke per se als Rechtfertigungsgrund für ein selektives Vertriebssystem im Internet ausscheiden muss. Gleichzeitig hat er den Rechtsanwendern, bei allen verbliebenen Unsicherheiten, auch einen ersten Kriterienkatalog an die Hand gegeben, auf welcher Grundlage er bei künftigen Entscheidungen die Zulässigkeit von Vertriebssystemen in dieser Branche beurteilen wird.

Entscheidende Stellschraube – und auch durch die Entscheidung des EuGH nicht abschließend geklärt –, ist, was im Einzelfall „Luxus“ in diesem Sinne ist. Der EuGH hat in diesem Zusammenhang lediglich festgestellt, dass die Qualität einer Luxusware nicht allein auf ihren materiellen Eigenschaften beruht, sondern gerade auch auf ihrem Prestigecharakter. Beabsichtigen Hersteller von Luxusgütern, den Prestigecharakter ihres Produkts mittels eines selektiven Vertriebssystems zu sichern, muss diese Ausgestaltung des Vertriebssystems sich dementsprechend bereits im Vertriebsvertrag widerspiegeln. Denn letztlich entscheidet – wie so häufig – im Streitfall eine Auslegung der gesamten Vereinbarung darüber, ob das vertraglich gestaltete Vertriebssystem dazu geeignet und bestimmt ist, das Luxusimage des Artikels sicherzustellen.

Wie so häufig kommt es für die Zulässigkeit der betreffenden Vertragsklausel sodann auf die Umstände des Einzelfalls an. Beabsichtigen Hersteller von Luxusprodukten, die qualitativen Leitlinien an ihre Vertriebspartner durch ein vertraglich festgeschriebenes Verbot, ihre Produkte auf bestimmten digitalen (Dritt-)Plattformen wie Amazon oder Ebay zu vertreiben, zu flankieren, muss sorgfältig geprüft werden, ob die vom EuGH postulierten Vertriebsvorgaben eingehalten sind. Denn neben vertraglichen Streitigkeiten mit dem Vertriebspartner, droht im Falle eines Verstoßes gegen Wettbewerbsrecht zusätzlich auch ein Bußgeldbescheid seitens der Kartellbehörden. Die Wettbewerbshüter hatten in der Vergangenheit in Drittplattformverboten zumeist eine unzulässige Beschränkung des Internetvertriebs gesehen, da solche Verbote den Absatz erschweren und sich so zulasten der Verbraucher auf den Produktpreis auswirken würden.



Dr. Daniel Hahn

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Köln
Telefon +49 221 9937 25796
daniel.hahn@luther-lawfirm.com

Impressum

Verleger: Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Anna-Schneider-Steig 22, 50678 Köln, Telefon +49 221 9937 0, Telefax +49 221 9937 110, contact@luther-lawfirm.com,
V.i.S.d.P.: Ole-Jochen Melchior, Partner, Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Gildehofstraße 1, 45127 Essen, Telefon +49 201 9220 24028, ole.melchior@luther-lawfirm.com
Copyright: Alle Texte dieses Newsletters sind urheberrechtlich geschützt. Gerne dürfen Sie Auszüge unter Nennung der Quelle nach schriftlicher Genehmigung durch uns nutzen. Hierzu bitten wir um Kontaktaufnahme. Falls Sie künftig keine Informationen der Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH erhalten möchten, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Stichwort „Commercial“ an unsubscribe@luther-lawfirm.com

Haftungsausschluss

Obgleich dieser Newsletter sorgfältig erstellt wurde, wird keine Haftung für Fehler oder Auslassungen übernommen. Die Informationen dieses Newsletters stellen keinen anwaltlichen oder steuerlichen Rechtsrat dar und ersetzen keine auf den Einzelfall bezogene anwaltliche oder steuerliche Beratung. Hierfür stehen unsere Ansprechpartner an den einzelnen Standorten zur Verfügung.

Die Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH berät in allen Bereichen des Wirtschaftsrechts. Zu den Mandanten zählen mittelständische und große Unternehmen sowie die öffentliche Hand.

Berlin, Brüssel, Düsseldorf, Essen, Frankfurt a. M., Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig,
London, Luxemburg, München, Shanghai, Singapur, Stuttgart, Yangon

Luther Corporate Services: Delhi-Gurgaon, Kuala Lumpur, Shanghai, Singapur, Yangon

Ihren Ansprechpartner finden Sie auf www.luther-lawfirm.com.

Auf den Punkt. Luther.

