

Albin Ströbl

**Änderungsvorbehalte
in Kfz-Vertragshändlerverträgen**

2., durchgesehene Auflage



Herbert Utz Verlag · München

Rechtswissenschaftliche Forschung und Entwicklung

Herausgegeben von

Prof. Dr. jur. Michael Lehmann, Dipl.-Kfm.
Universität München

Band 676

Zugl.: Diss., Tübingen, Univ., 2001

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek:
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die
der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme von
Abbildungen, der Wiedergabe auf fotomechanischem
oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Daten-
verarbeitungsanlagen bleiben – auch bei nur auszugs-
weiser Verwendung – vorbehalten.

Copyright © Herbert Utz Verlag GmbH · 2006

ISBN-10 3-8316-0661-7
ISBN-13 978-3-8316-0661-0

Printed in Germany

Herbert Utz Verlag GmbH, München
089-277791-00 · www.utz.de

Vorwort zur zweiten Auflage

Seit der ersten Auflage hat sich das Kfz-Vertriebsrecht erheblich fortentwickelt. Es ist nicht nur die GVO Nr. 1400/2002 am 01.10.2002 in Kraft getreten, die bekanntlich tiefgreifende Änderungen im Kfz-Vertriebsrecht mit sich brachte, sondern auch Literatur und Rechtsprechung hatten Gelegenheit, offene Rechtsfragen im Zusammenhang mit dem In-Kraft-Treten der GVO Nr. 1400/2002 zu beleuchten sowie weiterhin zur Wirksamkeit von Formularklauseln in Händlerverträgen Stellung zu nehmen. Trotz dieser umfangreichen Entwicklungen, die sicherlich eine vertiefte Auseinandersetzung wert wären, berücksichtigt die zweite Auflage dieser Arbeit – ebenso wie die erste Auflage – Literatur und Rechtsprechung nur bis Juni 2001. Obgleich die Arbeit in manchen Punkten überholt sein mag, sind nach Auffassung des Verfassers viele Aspekte, die diese Arbeit zu erhellen versucht, entweder grundsätzlicher Natur oder auch heute noch nicht bzw. noch nicht zufrieden stellend gelöst. Aus diesem Grund sowie vor dem Hintergrund, dass angesichts der bis 31.05.2010 befristeten Geltungsdauer der GVO Nr. 1400/2002 in Kürze erneut Diskussionen über die Zukunft des Kfz-Vertriebsrechts beginnen werden, entschloss sich der Verfasser, der mittlerweile seit 2003 auch in der Praxis insbesondere im Kfz-Vertriebsrecht tätig ist, zu einer zweiten, jedoch (bis auf wenige kosmetische Änderungen) unveränderten Auflage.

Ich danke meiner Frau Diana für Ihre liebevolle Unterstützung und Geduld. Ihr und meinem Sohn Julius Josef ist die zweite Auflage gewidmet.

Frankfurt am Main, Oktober 2006

Albin Ströbl

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
1. Kapitel: Problemstellung	5
I. Maßgebliche Rechtsquellen für die Beurteilung der Wirksamkeit von Änderungsvorbehalten.....	7
1. Europäisches Kartellrecht, insbesondere GVO Nr. 1475/95 bzw. Nr. 123/85	7
2. Nationales Kartellrecht	8
3. Nationales Zivilrecht, insbesondere AGB-Recht.....	10
II. Charakteristika des Vertragshändlervertrags	11
1. Rechtliche Einordnung des Händlervertrages.....	11
2. Wirtschaftlicher Hintergrund des Vertragshändlervertrages	16
a) Die Integration des Händlerbetriebes in die Absatzorganisation des Herstellers	16
b) Interesse des Herstellers am Vertrieb über Vertragshändler	17
c) Wirtschaftliche Abhängigkeit des Vertragshändlers	20
d) Das Interesse des Vertragshändlers an dieser Vertriebsform	24
III. Änderungsvorbehalte im Licht der gegenläufigen Interessen des Vertragshändlers und des Herstellers	25
2. Kapitel: GVO Nr. 1475/95 bzw. Nr. 123/85.....	31
I. Freistellung vom Kartellverbot des Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.) durch Gruppenfreistellung.....	36
II. Anwendungsbereich der GVO Nr. 1475/95.....	38
III. Ermächtigungsgrundlage der GVO Nr. 1475/95 bzw. Nr. 123/85	38
1. „Zivilrechtliche Bestimmungen“	40
2. Fehlende Erfahrung der EG-Kommission aufgrund von Einzelentscheidungen	42
3. Keine ausschließlichen Gebietszuweisungen	43
4. Zwischenergebnis	44
IV. Ziele der GVO Nr. 1475/95	45
V. Inhalt der GVO Nr. 1475/95	48
1. Aufbau der GVO Nr. 1475/95	48
2. Freistellung der quantitativen Selektion	49
3. Freistellung der Verpflichtung zur Markenexklusivität.....	52
4. Freistellung der Gebietsschutzabreden.....	55

VIII

5. Freistellung der Verpflichtungen, die den selektiven Vertrieb absichern	56
VI. Rechtsfolgen eines Verstoßes gegen die GVO Nr. 1475/95.....	57
1. Allgemeines.....	57
2. Auswirkungen eines Verstoßes gegen eine sog. „schwarze Klausel“ am Beispiel des Art. 6 Abs. 1 Nr. 5 GVO Nr. 1475/95.....	58
a) Der Sanktionsmechanismus der GVO Nr. 1475/95	58
b) Das Prinzip der Teilnichtigkeit	61
c) Gesamtnichtigkeit nach § 6 Abs. 3 AGBG?.....	66
aa) Lückenfüllung durch salvatorische Klauseln?.....	66
bb) Lückenfüllung durch dispositives Gesetzesrecht nach § 6 Abs. 2 AGBG?.....	69
cc) Lückenfüllung aufgrund richterlicher Vertragsergänzung?.....	69
Ergebnisse des 2. Kapitels.....	71

3. Kapitel: Zulässigkeit von formularmäßigen Änderungsvorbehalten im deutschen .

Zivilrecht.....	75
I. Einführung.....	75
II. Ausstrahlungswirkung der Wertungen einer GVO auf das AGB-Recht?	76
1. Unterschiedliche Regelungsziele einer GVO und des AGB-Rechts?	78
2. Keine Wertungsvorgabe trotz teilweisen kongruenten Schutzbereichs	83
3. Zwischenergebnis.....	89
III. Änderungsvorbehalte im System des BGB und ihre grundsätzliche Zulässigkeit	92
1. Relativierung des Prinzips „pacta sunt servanda“	92
2. Das Bedürfnis nach Anpassungsklauseln in der Praxis.....	94
3. Grundsätzliche Schwierigkeiten bei der Ausgestaltung von vorformulierten Anpassungsklauseln	99
4. Untersuchung der Rechtsprechung zu Preisänderungsvorbehalten.....	102
a) Rechtsprechung zu Preisänderungsvorbehalten im nicht-kaufmännischen Verkehr	104
aa) Das Urteil des BGH vom 11. Juni 1980: „Zeitschriftenabonnement“	104
bb) Das Urteil des BGH vom 7. Oktober 1981: „Tagespreisklausel“.....	106
cc) Zwischenergebnis	108
b) Rechtsprechung zu Preisänderungsvorbehalten im kaufmännischen Verkehr	108
aa) Das Urteil des BGH vom 27. September 1984.....	108
bb) Das Urteil des BGH vom 16. Januar 1985	109
cc) Zwischenergebnis	111

5. Untersuchung der Rechtsprechung zu Änderungsvorbehalten in Vertragshändler-	
verträgen	112
a) <i>Ford</i> -Entscheidung	113
b) <i>Opel</i> -Entscheidung	114
c) <i>Peugeot/Talbot</i> -Entscheidung	116
d) <i>Daihatsu</i> -Entscheidung	117
e) Ergebnisse der Rechtsprechung	118
aa) Konkurrenzverhältnis zwischen § 9 AGBG und § 315 Abs. 3 BGB	118
bb) Problematik der Konkretisierung der Änderungsgründe	119
cc) Kein Lösungsrecht	120
dd) Ausgleichsanspruch	121
ee) Änderungsfrist	122
6. Herausarbeitung der Wirksamkeitsvoraussetzungen auf der Grundlage	
der Rechtsprechung	122
a) Kritik an der uneinheitlichen Rechtsprechung zur Wirksamkeit von	
Preisänderungsbefugnissen und Änderungsrechten in Vertragshändlerverträgen	122
b) Grundsätzliche Bedenken gegenüber Änderungsvorbehalten in AGB	125
c) Investitionersatzanspruch bzw. „Schadensersatz“ im Falle der Änderung der	
Vertragskonditionen?	129
d) Überprüfbarkeit eines formularmäßigen Änderungsvorbehalts	133
aa) Kontrollfähigkeit nach § 8 AGBG?	133
bb) Konkurrenzverhältnis zwischen § 315 Abs. 3 BGB bzw. § 20 Abs. 2	
GWB (n.F.) und § 9 AGBG	134
e) Voraussetzungen eines wirksamen formularmäßigen Änderungsvorbehalts	136
aa) Berechtigtes Interesse des Verwenders an einem formularmäßigen	
Änderungsvorbehalt	136
bb) Das Konkretisierungserfordernis (insbesondere im Vertragshändlervertrag)	138
cc) Ausgleichsanspruch	171
dd) Änderungsfrist	183
ee) Anpassungsmöglichkeit auch zugunsten des Klauselgegners?	188
7. Rechtsfolge eines unwirksamen Änderungsvorbehalts	189
8. Verbleibende Möglichkeiten einer Vertragsänderung	189
a) Vereinbarung von Neuverhandlungspflichten	190
b) Änderungskündigung	190
c) Teilkündigung	191
d) Teilkündigung kombiniert mit Anschlusskündigung	192
9. Berücksichtigung des Gleichbehandlungsgebots	195

Ergebnisse des 3. Kapitels.....	197
---------------------------------	-----

4. Kapitel: Untersuchung einzelner (Änderungs-)Vorbehalte unter Berücksichtigung der bisher gefundenen Ergebnisse201

I. Kontrolle einzelner Klauseln im Verhältnis zum Hersteller.....	201
1. Zulässigkeit einer Gebietsänderungsklausel.....	201
a) Die Bedeutung des Vertragsgebiets für den Händler.....	201
aa) Zuweisung eines Vertragsgebiets.....	202
bb) Rechte des Vertragshändlers im zugewiesenen Vertragsgebiet	203
b) Zulässigkeit nach der GVO Nr. 123/85 bzw. Nr. 1475/95	205
c) Zulässigkeit nach deutschem Zivilrecht.....	206
aa) Differenzierung Alleinvertriebsrecht/ kein Alleinvertriebsrecht gerechtfertigt?.....	207
bb) „Berechtigtes Interesse“ an einem das Vertragsgebiet betreffenden Änderungsvorbehalt	210
cc) Das Problem der Konkretisierung	212
dd) Der Zusammenhang zwischen Gebietsschutz und Markenexklusivität	213
2. Zulässigkeit eines Direktgeschäftsvorbehalts.....	219
a) Zulässigkeit nach AGB-Recht.....	220
aa) Vertragshändler mit Alleinvertriebsrecht	220
bb) Vertragshändler ohne Alleinvertriebsrecht.....	221
cc) Differenzierung Alleinvertriebsrecht/ kein Alleinvertriebsrecht gerechtfertigt?.....	223
b) Zulässigkeit nach der GVO Nr. 123/85 bzw. Nr. 1475/95	223
3. Zulässigkeit eines Änderungsvorbehalts hinsichtlich Rabatte und Boni.....	225
a) Die Bedeutung der Handelsmarge für den Händler	225
b) Einseitige Änderung der Margenvereinbarung	228
c) Einseitige Änderung der freiwilligen Boni und Prämien	229
aa) AGB-rechtliche Bedenken.....	229
bb) Kartellrechtliche Bedenken	231
4. Zulässigkeit eines Änderungsvorbehalts hinsichtlich der Gewährleistungsverpflichtung des Herstellers	232
5. Zulässigkeit eines Änderungsvorbehalts hinsichtlich des Verrechnungssatzes für Gewährleistungs- und Garantiarbeiten	233
6. Zulässigkeit eines Änderungsvorbehalts hinsichtlich der Zahlungsbedingungen	235
7. Zulässigkeit eines Änderungsvorbehalts hinsichtlich der Mindestabnahmeziele	235
II. Kontrolle einzelner Klauseln im Verhältnis zum Kunden.....	236
1. Allgemeines.....	236

2. Änderung der unverbindlichen Preisempfehlung	236
3. Änderung der Modellpolitik	238
a) Probleme im Verhältnis zwischen Hersteller bzw. Importeur und Vertragshändler	238
aa) Lieferpflicht des Herstellers bei bereits angenommener Bestellung?	239
bb) Recht auf Ablehnung einer auf ein Auslaufmodell gerichteten Bestellung?	240
b) Probleme in der Kette Hersteller-Importeur-Vertragshändler	242
4. Änderung der Garantiebedingungen	243
Ergebnisse des 4. Kapitels	246
5. Kapitel: Ausblick	247

Einleitung

Begehrt eine Vertragspartei eine Änderung eines vereinbarten Dauerschuldverhältnisses, die ihr Vertragspartner nicht befürwortet oder nicht zu erwarten ist, dass er ihr zustimmen wird, so hat sie zwei Möglichkeiten: Als erste Alternative bietet sich eine Änderungskündigung an, die dem Vertragspartner die Wahl ermöglicht, ob er das Vertragsverhältnis unter geänderten Bedingungen fortsetzen will. Die zweite Alternative ist die Vereinbarung eines Änderungsvorbehalts. Ein solcher berechtigt eine Partei, den Vertrag nachträglich zu ändern. Allerdings ist die Vereinbarung eines Änderungsvorbehalts in höchstem Maße ambivalent: Einerseits sind derartige Befugnisse für die hieraus berechnigte Partei von Vorteil, weil diese ihr die Möglichkeit geben, den Vertrag von sich aus – ohne Inanspruchnahme der Justiz – an veränderte Umstände anzupassen. Aufgrund einer solchen Vereinbarung bedarf es einer richterlichen Vertragsanpassung im Wege des Instituts des Wegfalls der Geschäftsgrundlage nicht mehr. Weil ein vertraglich vereinbarter Änderungsvorbehalt infolgedessen ein einfaches Mittel zur Vertragsanpassung an geänderte Umstände darstellt, besteht in der Praxis ein unübersehbares Bedürfnis nach solchen Änderungsvorbehalten. Andererseits begegnen diese rechtsdogmatischen Bedenken, weil sie das im deutschen Zivilrecht zum Schutze beider Vertragsparteien verankerte Prinzip „pacta sunt servanda“ tangieren: Der in der Vereinbarung berechnigte Vertragspartner erhält mittels einer derartigen Befugnis Gelegenheit, den ursprünglich vereinbarten Interessenausgleich, bei Preis- und Zinsanpassungsklauseln sogar das Wertverhältnis zwischen Leistung und Gegenleistung, nachträglich zu seinen Gunsten zu verschieben und infolgedessen den anderen Vertragspartner zu benachteiligen. Grundsätzlich besteht die Gefahr, dass sich die den Vertrag ändernde Partei ausschließlich an ihren Interessen orientiert. Diese Gefahr tritt im Kfz-Vertrieb, der überwiegend über Vertragshändler erfolgt, sehr deutlich zutage. Die Änderungsbezugnis des Herstellers wird hier sogar meist formularmäßig ausgestaltet, was bedeutet, dass sie den Händlern im Rahmen eines umfassenden einseitig vom Hersteller diktierten Vertragswerks aufgezwungen wird. Auch erfolgen Vereinbarung und Ausübung der Änderungsrechte angesichts der Vertriebsverhältnisse in der Kfz-Branche nur selten in einer Verhandlungssituation, in der die Interessen aller Beteiligten angemessen berücksichtigt werden. Weil sich der Händler in der Regel einem das Vertragsverhältnis dominierenden Hersteller gegenüber sieht, erachtet ihn die Rechtsprechung und die Europäische Kommission als besonders schutzwürdig, ohne freilich die Interessen des Herstellers außer acht lassen zu wollen. Vor diesem Hintergrund nahm die Europäische Kommission sowohl in der ersten Fassung der den Kfz-Vertrieb regelnden Gruppenfreistellungsverordnung (im Folgenden: GVO) Nr. 123/85 als auch in der derzeit noch gültigen GVO Nr. 1475/95 Bestimmungen auf, die eine solches Änderungsrecht

einer Partei entweder an bestimmte Voraussetzungen knüpfte oder es ganz verbot.

Im Gang der Untersuchung soll zunächst die Problemstellung der Arbeit aufgezeigt werden. Diesem Thema widmet sich das *erste* Kapitel: In einem ersten Schritt wird hier dargelegt, welche Rechtsquellen für die Beurteilung eines Änderungsvorbehalts relevant sind. Im Anschluss hieran wird die wirtschaftliche Situation des Vertragshändlers skizziert, weil sie von besonderer Bedeutung für die Beurteilung der Wirksamkeit vorformulierter Änderungsvorbehalte in Kfz-Vertragshändlerverträgen ist.

Im *zweiten* Kapitel der Arbeit wird die Relevanz der derzeit (noch) gültigen branchenspezifischen GVO Nr. 1475/95 für den Hersteller dargestellt. Diese enthält neben einem detaillierten Regelwerk, welche Vereinbarungen unter welchen Voraussetzungen freistellungsfähig sind, in Art. 6 eine Bestimmung, die einen das Vertragsgebiet betreffenden Änderungsvorbehalt betrifft. In diesem Zusammenhang gilt es, den Sanktionsmechanismus der GVO zu beleuchten.

Ob sich die Bestimmungen der GVO – als möglicherweise gegenüber nationalen Vorschriften höherrangige Regelungen – zwingend im nationalen Recht durchsetzen müssen, wird Gegenstand des *dritten* Kapitels sein, das den Schwerpunkt der Arbeit bildet. Indes ist zu untersuchen, inwiefern die Wertungen der GVO auch für die Inhaltskontrolle im Rahmen des § 9 AGBG maßgeblich sind. Dabei stellt sich zunächst die Frage, ob die Regelungen der GVO überhaupt wirksam sind. Nur in diesem Fall kann die Frage nach dem Verhältnis zwischen dem europäischen Kartellrecht und dem nationalem Zivilrecht relevant werden. Zweifel an der Wirksamkeit einzelner Regelungen der GVO bestehen vor allem deshalb, weil nicht geklärt ist, ob diese von der Ermächtigungsgrundlage der GVO gedeckt sind. In einem zweiten Schritt ist zu untersuchen, ob zwischen dem europäischen Kartellrecht und dem nationalen Zivilrecht ein Normenkonflikt zu bejahen ist, der den sonst üblichen Anwendungsvorrang des europäischen Rechts bzw. die Einschlägigkeit des im europäischen Recht verankerten effet-utile-Grundsatzes rechtfertigt.

Schließlich ist der Frage nachzugehen, inwiefern Änderungsvorbehalte nach AGB-Recht zulässig sind. Besonders wird hierbei auf die Rechtsprechung zu Preisänderungsvorbehalten eingegangen, um deren Wirksamkeitsvoraussetzungen mit denen der Änderungsvorbehalte in Vertragshändlerverträgen zu vergleichen. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen dabei Änderungsvorbehalte, die lediglich das Vertragsgebiet und die Handelsmarge betreffen, da die Rechtsprechung nur diesbezüglich Gelegenheit hatte, Stellung zu nehmen. Eine der Kernfragen dieser Arbeit wird sodann sein, wie ein Änderungsvorbehalt in Vertrags-

händlerverträgen ausgestaltet sein muss, damit er einerseits wirksam ist und andererseits der Hersteller nicht das Sanktionsinstrumentarium der GVO befürchten muss.

Im *vierten* Kapitel werden sämtliche in Vertragshändlerverträgen vorkommende Änderungsvorbehalte im Einzelnen auf ihre Wirksamkeitsvoraussetzungen hin untersucht, bevor schließlich im *fünften* Kapitel der Diskussionsstand über eine Verlängerung der derzeit noch gültigen GVO Nr. 1475/95 dargestellt wird. Eine Verlängerung ist derzeit eher unwahrscheinlich. Damit stellt die Kommission das gesamte etablierte Vertriebssystem über Vertragshändler in der Kfz-Branche in Frage.

1. Kapitel:

Problemstellung

Das Kfz-Vertragshändlerrecht wird nicht nur in Deutschland, sondern auch in unseren Nachbarländern sowie von Seiten der Europäischen Union als Leitbild des gesamten Vertriebsrechts angesehen.¹ Dieses Vertriebsmodell hat sich trotz gewisser Vor- und Nachteile sowohl für den Hersteller als auch für den Händler etabliert. Bereits seit den 20er Jahren des letzten Jahrhunderts werden fabrikneue Kraftfahrzeuge kaum noch von den Herstellern direkt abgesetzt. Mit steigender Produktion verlagerte sich der Vertrieb zunehmend auf unabhängige Unternehmen. Einer der ersten und sicherlich der bekannteste „Vertragshändler“ war *Emil Jellinek*. Er war so einflussreich, dass nicht nur der Name seiner Tochter *Mercedes* Auto-Karriere machte. Schon im Jahre 1900 konnte er von *Daimler* die Alleinvertriebsrechte für Österreich-Ungarn, Frankreich, Belgien und die Vereinigten Staaten fordern und im Jahre 1903 schließlich mit der *Daimler-Motoren-Gesellschaft* und einigen Banken ein eigenständiges Vertriebsunternehmen in Paris gründen.

Heute ist es in der Kfz-Branche üblich, dass die Hersteller ihre Produkte sowohl in der Bundesrepublik Deutschland als auch in anderen Mitgliedsländern der Europäischen Union über ein Netz quantitativ und qualitativ ausgewählter selbstständiger Vertragshändler absetzen.² Derzeit zählt man allein in Deutschland 48 300 Kfz-Händlerbetriebe.³ Etwa 24 000 davon haben sich auf den Vertrieb und Kundendienst einer Marke spezialisiert und verkaufen die Fahrzeuge und Ersatzteile im eigenen Namen und auf eigene Rechnung.⁴ Nur *Daimler-Chrysler* und *BMW* vertreiben ihre Produkte nicht ausschließlich über ausgewählte Vertragshändler, sondern auch über Handelsvertreter und Niederlassungen. *Daimler-Chrysler* betreibt in Deutschland Niederlassungen, während im europäischen Ausland auf das Vertragshändler-System zurückgegriffen wird. Ähnliches gilt für *BMW*. Dieses Unternehmen unterhielt unmittelbar nach der Wiedervereini-

¹ Martinek in Martinek/Semler, § 39 Rn. 23.

² Westphal, 2. Bd., Rn 26 bezeichnet den Absatz über Vertragshändler in der Kfz-Branche sogar als „klassisch“.

³ Süddeutsche Zeitung v. 11.07.2000. In den letzten Jahren kündigten im Zuge von Restrukturierungsmaßnahmen vor allem *VW*, *Ford*, *Opel*, *Honda*, *Toyota*, *Fiat* und *Peugeot* einer Reihe von Händlern, was als „Händlersterben“ umschrieben wurde, vgl. hierzu Handelsblatt v. 13.09.1999.

⁴ Vgl. Süddeutsche Zeitung v. 11.07.2000.

gung Deutschlands nur in den neuen Bundesländern ein Handelsvertretersystem. In den letzten Jahren vertreibt es seine Fahrzeuge über ein gemischtes System. Es setzt überwiegend Vertragshändler ein, lediglich in den Ballungsräumen vertreibt es seine Fahrzeuge auch über Niederlassungen. Letztendlich ist festzustellen, dass alle Lieferanten fabrikneuer Kraftfahrzeuge in der Gemeinschaft einen selektiven Vertrieb praktizieren.⁵ Dabei wird dieser als eine „vom Hersteller planmäßig vollzogene Beschränkung seines Absatzmittlerkreises in einem bestimmten Marktraum durch Ausschluss der die Selektionsanforderungen nicht erfüllenden Händler“ definiert.⁶ Der Hersteller⁷ setzt in ein bestimmtes Gebiet entweder einen oder mehrere Händler ein. Schließlich versuchen alle großen Hersteller, ihre Händler exklusiv an sich zu binden. Der Exklusivitätsgrad schwankt jedoch zwischen den einzelnen Mitgliedsstaaten der EU: Während 1995 in der Bundesrepublik Deutschland noch ungefähr 85 % aller Händler markengebunden waren, trifft dies heute nur noch auf etwa die Hälfte der Händler zu. Bei den großen einheimischen Herstellern waren 1995 sogar noch über 95 % markengebunden.⁸

Um sich trotz Vertrieb über eigenständige Händler eine gewisse Flexibilität bewahren zu können, vereinbart der Hersteller häufig entsprechende Klauseln, die folgenden oder einen vergleichbaren Wortlaut aufweisen:

„Sollte die Gesellschaft zu der Erkenntnis kommen, dass ihre Interessen am Marktverantwortungsgebiet aus Gründen der Marktabdeckung oder der Verkaufsleistung nicht genügend gewahrt sind, so behält sie sich das Recht vor, einen oder mehrere zusätzliche Haupthändler im Marktverantwortungsgebiet zu ernennen, die dann gemeinsam für dieses Gebiet die Verantwortung mittragen. Aus den gleichen Gründen behält sie sich das Recht vor, die Grenzen eines bestehenden Marktverantwortungsgebietes zu ändern.“

⁵ Eine Übersicht über die Vertriebsmethoden sämtlicher Kfz-Hersteller findet sich bei Martinek in Martinek/Semler, § 39 Rn 5 ff.

⁶ Meier, S. 69.

⁷ Häufig sind Zwischenhändler Vertragspartner des Vertragshändlers. Soweit es auf diesen Umstand nicht ankommt, wird im Folgenden der Vertragspartner des Vertragshändlers einheitlich als „Hersteller“ bezeichnet.

⁸ Vgl. Bach, WuW 1995, 5, 10; Engmann S. 72, 82; Ulmer/Schäfer, ZIP 1994, 753. Die unterschiedlichen Zahlen dürften damit zusammenhängen, dass die Händler bis 1995 nur unter sehr engen Voraussetzungen eine Zweitmarke vertreiben durften.

So lautete eine Klausel in allen Kfz-Vertragshändlerverträgen von *Ford*, die am 21.12.1983 dem BGH zur Überprüfung auf ihre Angemessenheit hin vorlag.⁹ Diese Klausel enthält einen typischen Änderungsvorbehalt in einem Vertragshändlervertrag. Dieser räumt dem Hersteller das Recht ein, das Vertragsgebiet des Händlers einseitig und jederzeit zu verändern bzw. weitere Händler in das Vertragsgebiet einzusetzen.

Ähnlich war eine Klausel in allen *Opel*-Händlerverträgen formuliert¹⁰:

„Während der Laufzeit des Vertrages wird Opel das Marktverantwortungsgebiet nur ändern und/oder das Marktverantwortungsgebiet eines anderen Opel-Vertragshändlers, das sich mit dem Marktverantwortungsgebiet überschneidet, im Marktverantwortungsgebiet nur ausdehnen, wenn dafür sachlich gerechtfertigte Gründe gem. Art. 2.2.2 der Zusatzbestimmungen vorliegen.“

I. Maßgebliche Rechtsquellen für die Beurteilung der Wirksamkeit von Änderungsvorbehalten

Die Wirksamkeit derartiger Klauseln ist vor allem am europäischen Kartellrecht und am nationalen AGB-Recht zu messen. Das nationale Kartellrecht spielt hierfür dagegen eine eher untergeordnete Rolle:

1. Europäisches Kartellrecht, insbesondere die Gruppenfreistellungsverordnung Nr. 1475/95 bzw. Nr. 123/85

Die Überprüfung derartiger Klauseln am europäischen Kartellrecht erschließt sich gewiss nicht auf den ersten Blick: Der Hersteller hat jedoch bei der Ausgestaltung seiner Vertragshändlerverträge in erster Linie europarechtliche Vorschriften zu beachten. Dies deshalb, weil eine Vielzahl der für das Vertriebssystem typischen Vereinbarungen unter das Kartellverbot des Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.) fallen und deshalb nichtig wären, wenn sie nicht an die Freistellungstatbestände der jeweils gültigen GVO angepasst werden. Am 12.12.1984 hat die Kommission erstmals eine branchenspezifische GVO für den Automobilvertrieb erlassen, die GVO Nr. 123/85, die im Jargon der Branche wegen ihres Datums

⁹ Vgl. BGH, NJW 1984, 1182.

¹⁰ Aus dem Jahr 1992.

auch „Weihnachtsverordnung“ genannt wurde.¹¹ Diese wurde von der GVO Nr. 1475/95 am 01.07.1995 abgelöst, die noch bis 30.09.2002 gilt. Momentan steht noch nicht fest, ob die GVO Nr. 1475/95 ersatzlos auslaufen, in modifizierter Form verlängert werden oder der Kfz-Handel zukünftig unter die am 01.01.2000 in Kraft getretene GVO Nr. 2790/99 für sämtliche vertikale Wettbewerbsbeschränkungen (sog. „Schirm“-GVO¹²) fallen soll.¹³ Diese Arbeit orientiert sich angesichts dieser Ungewissheiten an den Regelungen der Gruppenfreistellungsverordnungen Nr. 1475/95 respektive Nr. 123/85. Diese teilweise auch als das „Grundgesetz der Automobilvertriebs“¹⁴ bezeichneten Gruppenfreistellungsverordnungen behandeln allerdings nicht nur kartellrechtlich relevante Vereinbarungen, sondern tragen auch dem Händlerschutz Rechnung. Dies wird deutlich an den Regelungen über Kündigungsfristen und über einen das Vertragsgebiet betreffenden Änderungsvorbehalt. Nach dem Sanktionsmechanismus der GVO Nr. 123/85 bzw. Nr. 1475/95 berührt die Vereinbarung eines solchen Änderungsvorbehalts die Freistellungsfähigkeit einzelner bzw. sämtlicher Abreden wettbewerbsbeschränkender Art, vgl. Art. 5 Abs. 2 Nr. 1 lit. b GVO Nr. 123/85 bzw. Art. 6 Abs. 1 Nr. 5 GVO Nr. 1475/95. Daraus ist ersichtlich, dass die Kommission zumindest einen das Vertragsgebiet betreffenden Änderungsvorbehalt nicht uneingeschränkt toleriert.

2. Nationales Kartellrecht

Das nationale Kartellrecht enthält vor allem in den Normen §§ 14, 16, 20 Abs. 2, 23 GWB (n.F.) Regelungen, die für den Hersteller beim Vertrieb über selbständige Händler relevant sind. Während § 14 GWB (n.F.) ein Verbot über Preisabsprachen enthält, unterwirft § 16 GWB (n.F.) sog. Ausschließlichkeitsbindungen der Missbrauchsaufsicht der Kartellbehörden und § 20 Abs. 2 GWB (n.F.) verbietet die unbillige Behinderung in einer bestimmten Art und Weise abhängiger Unternehmen. Die Vorschrift des § 23 GWB (n.F.) bestimmt die Voraussetzungen der in dem Vertriebssystem typischen unverbindlichen Preisempfehlung.

Ein Händlervertrag enthält charakteristischerweise eine Reihe von Ausschließlichkeitsbindungen: Der Händler wird verpflichtet, seine Waren nur von einem Hersteller oder von die dem Vertriebsnetz angehörigen Händlern zu beziehen. Des weiteren darf er diese Waren nur an Endverbraucher oder an andere Händ-

¹¹ Siehe nur Martinek in Martinek/Semler, § 39 Rn 28.

¹² Creutzig, DAR 1999, 16, 20.

¹³ Pukall, DB 1998, 2353 ff.; Creutzig, DAR 99, 16, 20; hierzu vor allem unten Seite 247 ff.

¹⁴ So Creutzig, EuZW 1995, 723, 732; Rittner, JZ 1996, 377, 382; Niebling, beispielsweise auf S. 56 und S. 66; Westphal, 2. Bd., Rn 320.

ler, die aber gleichfalls dem Händlernetz des Herstellers angehören, weiterverkaufen. Unter bestimmten Voraussetzungen kann die Kartellbehörde solche Vereinbarungen gem. § 16 Nr. 2 und Nr. 3 GWB (n.F.) für unwirksam erklären. Auch das Verbot unbilliger Behinderung des § 20 Abs. 2 GWB (n.F.) ist einschlägig, da nach der sog. „*Opel-Blitz*“-Entscheidung des BGH¹⁵ ein Vertragshändler, der nach dem Händlervertrag nur eine Marke vertreiben darf, regelmäßig „unternehmensbedingt abhängig“ ist, sofern sein Geschäftsbetrieb so stark auf die Produkte des Herstellers ausgerichtet ist, dass er nur unter Inkaufnahme erheblicher Wettbewerbsnachteile auf die Vertretung eines anderen Herstellers überwechseln könnte. Es soll auch nicht darauf ankommen, ob das Unternehmen aufgrund seines – möglicherweise in Milliardenhöhe ausfallenden – Umsatzes noch als ein kleines oder mittleres Unternehmen bezeichnet werden kann, da nur das vertikale Größenverhältnis hinsichtlich des marktstarken Unternehmens maßgeblich ist. Demgemäß sind im Verhältnis zum Kfz-Hersteller selbst besonders umsatzstarke Händler als „kleine oder mittlere“ Unternehmen einzuordnen. Die Europäische Kommission hat allerdings im Jahre 1995 mit der GVO Nr. 1475/95 die rechtlichen Voraussetzungen für die Aufhebung der Markenexklusivität geschaffen, womit zweifelhaft geworden ist, ob der Vertragshändler auch heute noch als „unternehmensbedingt abhängig“ anzusehen ist.¹⁶ Kaum ein Händlervertrag enthält heute mehr die Verpflichtung zur Markenexklusivität, da die GVO Nr. 1475/95 eine derartige Vereinbarung mit der Unwirksamkeit des gesamten Händlervertrages sanktioniert. Die Frage, ob der Vertragshändler fort-

¹⁵ BGH, NJW-RR 1988, 1502 – *Opel-Blitz*; vgl. auch BGH, NJW-RR 1995, 1260, 1262; OLG Köln, NJW-RR 1995, 1140, 1141, 1141; OLG München, NJW-RR 1995, 1137; Graf v. Westphalen, Rn 4; sehr ausführlich Habersack in Ulmer/Habersack, S. 103 ff.

¹⁶ Fraglich ist, ob ein Vertragshändler auch heute noch vom Hersteller „unternehmensbedingt“ abhängig ist, da wegen des mittelbaren Anpassungsdrucks der GVO Nr. 1475/95 eine Verpflichtung zur Markenexklusivität regelmäßig nicht mehr vereinbart wird. Dafür spricht zunächst der Vermutungstatbestand des § 20 Abs. 2 S. 2 GWB (n.F.). Aber auch nach der Begründung des maßgeblichen „*Opel-Blitz*“-Urteils wird diese Frage wohl (noch) zu bejahen sein: Es kommt nämlich auch darauf an, ob die Ausweichmöglichkeit auf andere Hersteller zumutbar ist. Diese Frage „bestimmt sich im Rahmen einer generalisierenden Betrachtungsweise danach, welche wirtschaftliche Belastung und welche Risiken mit dem Wechsel verbunden sind und welche Aussichten bestehen, die bisherigen Kunden auf die Marke des anderen Herstellers umzuleiten“ (so BGH, NJW-RR 1988, 1502, 1503). Zumindest solange noch alle Marken „besetzt“ sind und der Vertragshändler angesichts der kurzen Kündigungsfrist von zwei Jahren (vgl. Art. 5 Abs. 2 Nr. 2 GVO Nr. 1475/95) aus Furcht vor einer ordentlichen Kündigung von der Aufnahme einer Zweitmarke absieht, weil sich seine Investitionen noch nicht amortisiert haben, dürfte er noch als „unternehmensbedingt“ abhängig zu behandeln sein. Allein auf die rechtliche Möglichkeit der Aufnahme einer Zweitmarke dürfte es nicht ankommen, solange sich nicht auch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen tatsächlich geändert haben.

an „unternehmensbedingt abhängig“ ist, spielt allerdings für die Beurteilung der Wirksamkeit eines Änderungsvorbehalts genauso wenig eine Rolle wie die Vorschriften der §§ 14, 16 und 20 Abs. 2, 23 GWB (n.F.) an sich, weil sie hierüber keine Aussage treffen.¹⁷ Die Vorschrift des § 20 Abs. 2 GWB (n.F.) kann allenfalls erst bei der Frage der rechtmäßigen *Ausübung* eines Änderungsrechts Bedeutung gewinnen, die jedoch nicht Gegenstand dieser Arbeit ist. Die Arbeit beschäftigt sich lediglich mit der Frage der Einräumung eines wirksamen Änderungsvorbehalts. Deshalb wird im weiteren auf eine Darstellung des nationalen Kartellrechts weitgehend verzichtet. Der Grund, warum das nationale Kartellrecht (anders als das europäische Kartellrecht) Änderungsvorbehalte nicht regelt, besteht darin, dass das nationale Kartellrecht nur eine Missbrauchsaufsicht über die wettbewerbsrechtlich ambivalent betrachteten Ausschließlichkeitsbindungen vorsieht und diese nicht wie Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.) generell verbietet.¹⁸ Deshalb erfordert das nationale Kartellrecht keine Freistellung von einer gelegentlich als „zu weit gehend“¹⁹ empfundenen Verbotsvorschrift wie die des Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.), um tolerierbare Wettbewerbsbeschränkungen zuzulassen. Eine Art GVO mit ihren detaillierten – auch den Händlerschutz dienenden – Regelungen gibt es auf nationaler Ebene nicht.

3. Nationales Zivilrecht, insbesondere AGB-Recht

Schließlich beurteilt sich die Wirksamkeit eines Änderungsvorbehalts auch nach dem nationalen Zivilrecht. Da ein solcher im Händlervertrag gewöhnlich vor-

¹⁷ Infolgedessen kommt es hier auch nicht auf das Verhältnis des europäischen Kartellrechts zum nationalen Kartellrecht an. Problematisiert wurde in diesem Zusammenhang früher, dass das europäische und das nationale Kartellrecht unterschiedliche Schutzbereiche haben, so dass nicht ohne weiteres vom Anwendungsvorrang des europäischen Rechts ausgegangen werden konnte. Während nämlich Art. 81 und Art. 82 EGV (n.F.) einen wettbewerbsserheblichen Sachverhalt nach seinen Auswirkungen auf den zwischenstaatlichen Handel beurteilen, regelt das nationale Recht denselben Sachverhalt allein im Hinblick auf seine innerstaatlichen Auswirkungen. Das ist Inhalt der sog. „Zwei-Schrankentheorie“. Diese Theorie ging davon aus, dass beide Rechtsordnungen nebeneinander anwendbar sind und sich das jeweilige strengere Recht durchsetzt. Dagegen geht der EuGH in seinem grundlegenden Urteil *Costa/ENEL* v. 15.07.1964 vom Vorrangprinzip des Gemeinschaftsrechts aus (Slg. 1964, 1259, 1269 f.) Das gilt auch im Verhältnis der Kartellrechtsordnungen (EuGH, Urt. v. 13.02.1969, Slg. 1969, 1, 13 ff. – *Walt-Wilhelm*). Lies hierzu *Bunte/Sauter*, Einf. Rn. 61 ff.; *Bunte*, WuW 1989, 7, 11 ff.; *Langen-Bunte*, Einf. Rn 51.

¹⁸ EuGH, Urt. v. 30.06.1966, Slg. 1966, 281, 302 f. – *LTM/MBU*; Urt. v. 13.07.1966, Slg. 1966, 321, 386 ff. – *Grundig/Consten*; Urt. v. 13.07.1966, Slg. 1966, 457, 484 ff. – *Regierung der Italienischen Republik/Kommission*.

¹⁹ So *Rittner*, JZ 1996, 377, 381 und ders. in § 9 Rn 4, weil Art. 85 Abs. 1 EGV (a.F.) auch Vertikalvereinbarungen erfasse.

2. Kapitel:

GVO Nr. 1475/95 bzw. Nr. 123/85

Eine Schranke für Änderungsvorbehalte in Kfz-Vertragshändlerverträgen bildet – wie eingangs erwähnt – die derzeit gültige GVO Nr. 1475/95. Die Regelungen der GVO sind für das Vertriebssystem des in der Kfz-Branche tätigen Herstellers von besonderer Bedeutung. Sämtliche Händlerverträge muss dieser mit den Regelungen der GVO in Einklang bringen, wenn er nicht die Unwirksamkeit eines Teils oder gar seines gesamten Vertriebssystems riskieren möchte. Der Grund liegt darin, dass der Kfz-Hersteller regelmäßig europaweit ein qualitativ¹⁰⁶ und quantitativ¹⁰⁷ selektives Vertriebsnetz unterhält. Die Grundlage des

¹⁰⁶ Zunächst unterschied der EuGH nicht zwischen qualitativer und quantitativer Selektion, vgl. EuGH, Urt. v. 30.06.1966, Slg. 1966, 281, 302 f. – LTM/MBU; Urt. v. 13.07.1966, Slg. 1966, 321, 386 ff. – Grundig/Consten; Urt. v. 13.07.1966, Slg. 1966, 457, 484 ff. – Regierung der Italienischen Republik/Kommission. Die in seiner frühen Rechtsprechung anklingende pauschale Beurteilung vertikaler Vereinbarungen als Wettbewerbsbeschränkung wurde jedoch schon bald durch die Verwaltungspraxis der Kommission dahingehend modifiziert, dass legitime qualitative Selektionskriterien unbedenklich seien und damit nicht unter das Verbot des Art. 85 Abs. 1 EGV (a.F.) fielen, vgl. Entsch. der Kommission v. 30.06.1970 – Kodak; ABl. EG 1970, L 147/24; Entsch. der Kommission v. 28.10.1970 –Omega, ABl. 1970, L 242/22 und v. 21.12.1976 – Junghans, ABl. 1977, L 30/10. Nur quantitative Beschränkungen seien nach Art. 85 Abs. 1 EGV (a.F.) verboten. Diese Differenzierung bestätigte der EuGH schließlich mit dem ersten Urteil in Sachen *Metro/SABA* vom 25.10.1977, siehe EuGH, Urt. v. 25.10.1977, Slg. 1977, 1875, 1905 f. – Metro/SABA I; bestätigt durch Urt. v. 10.07.1980, Slg. 1980, 2511, 2536 – Lancôme/ETOS; Urt. v. 11.12.1980, Slg. 1980, 3775, 3790 – L’Oréal/De nieuwe Amck; Urt. v. 16.06.1981, Slg. 1981, 1563, 1580 – Salonia/Poidomani und Giglio; Urt. v. 25.10.1983, 3151, 3194 ff. – AEG/Kommission; Urt. v. 22.10.1986, Slg. 1986, 3021, 3086 – Metro/SABA II. Das auf qualitativen Selektionskriterien basierende Absatzsystem steht zwar gleichfalls nicht jedem Interessenten offen, sondern nur Anwärtern, die die Selektionsanforderungen erfüllen. Hierbei hängt die Auswahl der Händler sowohl von ihrer fachlichen Eignung als auch von der des Personals ab sowie von Art und Umfang des Geschäftsbetriebs. Trotz dieser Marktzutrittsbeschränkung muss es dem Hersteller im Interesse der Qualitätssicherung erlaubt sein, seine Produkte über einen qualifizierten Fachhandel zu vertreiben, ohne dass er dabei zwangsläufig gegen das Verbot des Art. 85 Abs. 1 EGV (a.F.) verstößt. Der EuGH hat weiter festgestellt, dass zwar mit einem solchen Vertriebssystem eine gewisse Beschränkung des Preiswettbewerbs einhergeht, weil die von den Fachhändlern verlangten Preise notwendigerweise innerhalb einer wesentlich engeren Spanne bleiben als im Falle eines Wettbewerbs zwischen Fachhändlern und Nichtfachhändlern. Diese Beschränkung wird jedoch durch einen Wettbewerb im Bereich der Qualität der Kundendienstleistungen aufgehoben. Der Schwerpunkt eines solchen selektiven Vertriebssystems liegt also nicht vorwiegend auf dem Preiswettbewerb, sondern auf dem Qualitätswettbewerb. Das ist aber auch

Vertriebsnetzes bildet jeder einzelne Händlervertrag, der charakterischerweise Vertriebsvereinbarungen enthält, die aber gerade deswegen, weil der Hersteller europaweit ein Netz mit derartigen Vereinbarungen unterhält (sog. Bündeltheo-

unschädlich, weil der Preiswettbewerb nicht die einzige oder zumindest vorrangig schützenswerte Form des Wettbewerbs ist. Seit dieser grundlegenden Entscheidung wird zwischen qualitativer und quantitativer Selektion bei der Auswahl von Händlern durch den jeweiligen Hersteller bzw. Lieferanten unterschieden. Wählt der Hersteller nun mögliche Händler nach ihrer besonderen fachlichen Eignung und nach der Ausstattung ihrer Geschäftsbetriebe und deren Ausbaufähigkeit, also nach objektiven, *qualitativen* Selektionskriterien aus, ist nach nunmehr ganz h.M. Art. 81 EGV (n.F.) nicht betroffen. Die qualitative Selektion ist jedoch nicht uneingeschränkt zulässig. Die Auswahl nach qualitativen Selektionskriterien ist nach dem EuGH nur gerechtfertigt, wenn dies wegen der Besonderheit des Produkts erforderlich ist und die anzuwendenden Kriterien einheitlich festgelegt sowie diskriminierungsfrei gehandhabt werden, siehe EuGH, Urt. v. 25.10.1977, Slg. 1977, 1875, 1905 f. – Metro/SABA I. Dabei sollten ursprünglich nur langlebige, hochwertige und technisch hoch entwickelte Verbrauchsgüter einen selektiven Vertrieb rechtfertigen können. Mit Entscheidung der Kommission vom 16.12.1991, auch Kosmetika könnten über den selektiven Vertrieb abgesetzt werden, nimmt die Kommission nun offensichtlich von ihrer ursprünglich zurückhaltenden Auffassung Abstand, vgl. Entsch. der Kommission v. 16.12. 1991 – Yves Saint Laurent Parfums, ABl. EG 1992, L 12/24. Zwar gilt immer noch das produktbezogene Erfordernis, doch kann nunmehr auch der Prestigewert der Produkte eine qualitative Selektion rechtfertigen. Es bleibt abzuwarten, ob sich die Kommission dazu durchringen kann, sich ganz von dem produktbezogenen Erfordernis zu verabschieden, um den Weg für ein modernes Verständnis freizumachen, nach welchem jeder Hersteller frei darüber entscheiden kann, welche Absatzform er für die Geeignetesten hält. Die Regeln des Wettbewerbs werden Fehlentscheidungen bestrafen bzw. den Hersteller veranlassen, diese ggf. zu korrigieren. Jedenfalls ist ein Kfz ein langlebiges, hochtechnisiertes, wertvolles Verbrauchsgut, das die qualitative Selektion bereits nach früherem Verständnis rechtfertigt.

¹⁰⁷ Auf wettbewerbsrechtliche Bedenken stößt dagegen die *quantitative* Selektion, die aus rein absatzpolitischen Gründen unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Gesichtspunkte eine zahlenmäßige Begrenzung vornimmt und somit auch Absatzmittler vom Marktzugang ausschließt, die alle qualitativen Kriterien erfüllen. Quantitative Kriterien sind beispielsweise die Nähe zum nächsten Händler und die Einwohnerzahl in einem Gebiet, vgl. Niederleithinger/Ritter, S. 78; Engmann, S.27. Die quantitative Selektion wird in Form von Gebietsaufteilungen praktiziert und durch das Verbot des Weiterverkaufs an nicht ausgewählte Wiederverkäufer abgesichert. Der Warenverkehr wird so vom Hersteller bis hin zum Endverbraucher fest organisiert, so Gemeinschaftskommentar-Schütz, 14. Lfg., Einf. Rn 26. Dabei wird durch die Wettbewerbsbeschränkungen des selektiven Vertriebs verhindert, dass parallel zum organisierten Vertriebssystem ein alternatives entsteht. Die Zahl der Vertriebsstellen und damit auch die Auswahlmöglichkeiten der Verbraucher werden begrenzt. Die quantitative Selektion ist somit zwar nach Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.) verboten, vgl. nur EuGH, Urt. v. 10.07.1980, Slg. 1980, 2511, 2536 – Lancôme/ETOS, Urt. v. 18.12.1980, 3775, 3791 – L'Oréal/De nieuwe Amck; Bach, WuW 1995, 5, 11; Engmann, S. 27, kann aber unter Umständen nach Art. 81 Abs. 3 EGV (n.F.) freigestellt werden.

rie)¹⁰⁸, schließlich als vertikale wettbewerbsbeschränkende¹⁰⁹ Vereinbarungen¹¹⁰ unter das Kartellverbot des Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.) fallen.¹¹¹ Zu solchen

¹⁰⁸ Nach dieser folgt die Anwendbarkeit des Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.) auf Vertriebs- und Kundendienstvereinbarungen des Kraftfahrzeugsektors insbesondere daraus, dass der Kfz-Hersteller im Rahmen seines Vertriebssystems regelmäßig den Gemeinsamen Markt oder wesentliche Teile desselben durch Bündelung von Vereinbarungen mit ähnlichen Wettbewerbsbeschränkungen durchsetzt und so nicht nur Vertrieb und Kundendienst innerhalb von Mitgliedstaaten beeinträchtigt, sondern auch den Handel zwischen ihnen, vgl. 3. Erwägungsgrund der GVO Nr. 1475/95 und vertiefend vor allem EuGH, Urt. v. 12.12.1967, Slg. 1967, 543, 555 – Brasserie De Haecht/Wilkin und Janssen; siehe auch EuGH, Urt. v. 10.07.1980, Slg. 1980, 2511, 2356 – Lancôme/ETOS; EuGH, Urt. v. 18.12.1980, Slg. 1980, 3775, 3792 – L'Oréal/De nieuwe Amck; Urt. v. 28.02.1991, Slg. 1991, 935, 985 – Delimitis/Henninger Bräu und Ebel, Art. 85 Rn 323.

¹⁰⁹ Als Oberbegriff für die in Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.) genannten Tatbestandsmerkmale der „Wettbewerbsverhinderung“, „Wettbewerbseinschränkung“ und „Wettbewerbsverfälschung“ hat sich der Begriff der Wettbewerbsbeschränkung eingebürgert – vgl. Emmerich, § 37 Nr. 5; ders. in Immenga/Mestmäcker, Art. 85 Abs. 1 Rn 136.

¹¹⁰ Als vertikale Vereinbarungen werden Vereinbarungen zwischen zwei Unternehmen bezeichnet, wenn beide Vertragspartner im Wertschöpfungsprozess auf unterschiedlichen Produktions- oder Handelsstufen tätig sind und der Vertrag in irgendeiner Form die Tauschbeziehung zwischen ihnen oder zu Partnern auf einer weiteren Stufe regelt, so Kallfass, WuW 1999, 225 f.

¹¹¹ Dass vertikale wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen unter das Kartellverbot des Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.) fallen, gilt heute als anerkannt. Vgl. nur EuGH, Urt. v. 30.06.1966, Slg. 1966, 281, 302 f. – LTM/MBU; Urt. v. 13.07.1966, Slg. 1966, 321, 386 ff. – Grundig/Consten; Urt. v. 13.07.1966, Slg. 1966, 457, 484 ff. – Regierung der Italienischen Republik/Kommission; vgl. auch Emmerich, § 37 Nr. 5 lit. b); ders. in Immenga/Mestmäcker, Art. 85 Abs. 1 Rn 144 ff. Zunächst war heftig umstritten, ob vertikale Vereinbarungen überhaupt unter das Verbot des Art. 85 Abs. 1 EGV (a.F.) fallen oder ob dieses nur horizontale Vereinbarungen erfasst. Der EuGH bejahte jedoch schließlich die Anwendbarkeit von Art. 85 EGV (a.F.) auf vertikale Vereinbarungen und begründete dies zunächst mit dem Wortlaut der Bestimmung. Dieser differenziere nicht zwischen miteinander im Wettbewerb stehenden Unternehmen gleicher Stufe und nicht miteinander im Wettbewerb stehenden Unternehmen verschiedener Stufen. Außerdem betreffe das Kartellverbot nicht nur den Wettbewerb zwischen den Parteien der Vereinbarung, sondern auch den Wettbewerb zwischen diesen und Dritten. Vertikalvereinbarungen seien geeignet, Dritten den Marktzutritt zu erschweren bzw. zu verhindern. Des weiteren seien solche Vereinbarungen geeignet, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen. Der EG-Vertrag, der nach seiner Präambel und seinem Inhalt darauf gerichtet sei, die Schranken zwischen den Mitgliedstaaten zu beseitigen, und welcher der Wiedererrichtung dieser Schranken mit einer Reihe strenger Bestimmungen entgegenstrete, könne nicht zulassen, dass die Unternehmen ihrerseits neue Schranken – möglicherweise solche, die den nationalen Grenzen entsprechen – aufrichten. Ferner betonte der EuGH die Bedeutung des Wettbewerbs unter den Händlern, denn erst dieser rege die Händler zu größeren Anstrengungen an. Damit unterstrich er, dass der Grundsatz der Wettbewerbsfreiheit für alle Wirtschaftsstufen und für alle Erscheinungsformen des Wettbewerbs gilt. Vor allem dort, wo

wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarungen zählen beispielsweise Gebietschutzabreden, die Verpflichtung zur Markenexklusivität sowie sämtliche (Ausschließlichkeits-)Regelungen, die den selektiven Vertrieb absichern. Jede dieser Regelungen ist geeignet, den Handel zwischen den Mitgliedsstaaten (spürbar) zu beeinträchtigen, und bezweckt oder bewirkt eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs¹¹² innerhalb des Gemeinsamen Marktes, womit die Tatbestandsvoraussetzungen des Art. 81 Abs. 1 EGV (n.F.) trotz teilweiser erwünschter Wirkungen¹¹³ erfüllt sind. Rechtsfolge des Kartellverbots ist

Dritte von der Vereinbarung betroffen sind, greift nach Ansicht des EuGH das Verbot des Art. 85 Abs. 1 EGV (a.F.).

¹¹² Das europäische Kartellrecht definiert ebenso wenig wie das deutsche Kartellrecht den Begriff des Wettbewerbs, sondern setzt ihn voraus. Auch die Wirtschaftswissenschaft bietet keine allgemein anerkannte Definition. Bei seiner Begriffsauslegung zieht der EuGH die Grundsätze des EU-Vertrags und die dort beschriebenen Ziele heran. Aus dessen Präambel und aus dessen Inhalt geht hervor, dass Hauptziel des Vertrags die Bildung eines einheitlichen zwischenstaatlichen Marktes ist, wobei von einem redlichen, unverfälschten und wirksamen Wettbewerb im Binnenmarkt (sog. workable competition) ausgegangen wird. Als unverfälscht sieht der EuGH einen normalen Produkt- und Dienstleistungswettbewerb auf der Grundlage der Leistungen der Marktbürger an. Dem einzelnen Marktbürger soll dabei ein Höchstmaß an Wettbewerbsfreiheit garantiert werden. Unter Wettbewerbsfreiheit ist die freie Entschluss- und Dispositionsfreiheit aller am Wirtschaftsprozess beteiligten Personen zu verstehen. Wettbewerb lässt sich dabei als Rivalität selbständiger Unternehmen begreifen, die durch Anbieten günstigerer Bedingungen unter Verdrängung des Angebots der Mitbewerber nach Vertragsabschlüssen mit Dritten streben. Freilich wird nicht verkannt, dass sich schon zahlreiche Theorien zur Definition des Wettbewerbsbegriffs gebildet haben und sich dabei gezeigt hat, dass der Wettbewerbsbegriff vielschichtiger ist. Eine ausführlichere Darstellung der Begriffsdiskussion ist an dieser Stelle nicht erforderlich. Mittlerweile existieren klare Vorstellungen darüber, wann zumindest eine wettbewerbsbeschränkende Vereinbarung vorliegt. Der Binnenmarkt soll frei von Einschränkungen der wirtschaftlichen Betätigungsfreiheit der Unternehmen sein. Geschützt ist damit sowohl der inter-brand-Wettbewerb, als auch der intra-brand-Wettbewerb. Vgl. hierzu EuGH, Urt. v. 13.07.1966, Slg. 1966, 321, 386 ff. – Grundig/Consten; Urt. v. 30.06.1966, Slg. 1966, 281, 302 f. – LTM/MBU; Urt. v. 13.07.1966, Slg. 1966, 457, 483 ff. – Regierung der Italienischen Republik/Kommission; Urt. v. 21.02.1973, Slg. 1973, 215, 245 ff. – Europemballage und Continental Can/Kommission; Urt. v. 25.10.1976, Rs. 26/76, Slg. 1977, 1875, 1905 – Metro/Saba I.; Urt. v. 13.02.1979, Slg. 1979, 461, 541 – Hoffmann-La Roche/Kommission; Urt. v. 14.12.1983, Slg. 1983, 4172, 4182 – Soc. De Vente de Ciments et Bétons/Kerpen&Kerpen; Bunte/Sauter, Einf. Rn 6 mwN.

¹¹³ Eine dem amerikanischen Antitrust-Recht vergleichbare „rule-of-reason“ gibt es im europäischen Kartellrecht nicht. Selbst wenn wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen neben den negativen auch positive Auswirkungen auf den Wettbewerb haben können, sind sie nach der Rechtsprechung des EuGH und der herrschenden Lehre verboten und nichtig. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Gefahr einer Aufteilung der Märkte besteht, vgl. nur EuGH, Urt. v. 13.07.1966, Slg. 1966, 321, 390 – Grundig/Consten; Urt. v. 28.01.1986, Slg. 1986, 353, 384 – Pronuptia; Möschel/Bach, GRUR Int. 1990, 505, 507; Ulmer, RIW 1985, 517, 521.

3. Kapitel:

Zulässigkeit von formularmäßigen Änderungsvorbehalten im deutschen Zivilrecht

I. Einführung

Wenn eine Überprüfung des Vertrags ergibt, dass Gesamtnichtigkeit nicht vorliegt, ist die Kontrolle einzelner Klauseln von Relevanz. Maßstab hierbei ist das AGB-Gesetz: Wie oben²⁶⁵ bereits festgestellt wurde, ist das AGB-Gesetz nach § 1 ABGB auf den Vertragshändlervertrag anwendbar. Die Einschränkung des § 24 S. 1 ABGB (n.F.), wonach die Vorschriften der §§ 2, 10, 11 und 12 ABGB gegenüber einem Unternehmer keine Anwendung finden, greift dann nicht, wenn der Klauselgegner die Unternehmereigenschaft i.S.d. § 14 BGB erst durch den Vertragsschluss erlangt.²⁶⁶ Ausgenommen sind damit Fälle der Neubegründung eines Vertriebsvermittlungsverhältnisses. Im weiteren Verlauf der Arbeit muss jedoch nicht danach differenziert werden, ob die Einschränkung greift oder nicht, weil die zumeist in Vertragshändlerverträgen vorkommenden Änderungsvorbehalte ohnehin nicht den Vorschriften der §§ 10 Nr. 4, 11 Nr. 1 ABGB unterfallen. Dagegen wird nur die Inhaltskontrolle gem. § 9 ABGB eine große Rolle spielen.

Die höchstrichterliche Rechtsprechung hat zur Angemessenheit von Vertragsklauseln in Kfz-Vertragshändlerverträgen in einer Reihe bedeutender Grundsatzentscheidungen Stellung genommen und ist für eine nicht geringe Anzahl bislang typischer Klauseln zur Unangemessenheit und damit zu deren Unwirksamkeit gekommen. Genannt seien an dieser Stelle die *Ford*²⁶⁷-, *Opel*²⁶⁸-, *Peugeot*²⁶⁹-, *Daihatsu*²⁷⁰-, *Suzuki*²⁷¹-, *Citroen*²⁷²-, *Renault*²⁷³- und *Ferrari*²⁷⁴-

²⁶⁵ Siehe oben Seite 63.

²⁶⁶ Vgl. nun den eindeutigen Wortlaut des § 14 BGB (Der Unternehmer muss *bei* Abschluss des Vertrages *in* Ausübung seiner gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handeln.); zur früheren Rechtslage, die noch auf die Kaufmannseigenschaft des Klauselgegners abstellte, siehe nur OLG Koblenz, NJW 1987, 74; differenzierend MünchKomm/Basedow, ABGB, § 24 Rn 3.

²⁶⁷ BGH, NJW 1984, 1182.

²⁶⁸ BGH, NJW 1985, 623.

²⁶⁹ BGH, NJW-RR 1988, 1077.

²⁷⁰ BGH, NJW 1994, 1060.

Entscheidungen des Bundesgerichtshofs. Für die hier zu untersuchenden Problemkomplexe spielen namentlich die *Ford*-, *Opel*- und *Peugeot*-Entscheidungen eine Rolle, bei denen es unter anderem um Änderungsvorbehalte hinsichtlich der Veränderung des Marktverantwortungsgebietes bzw. um den Einsatz weiterer Vertragshändler in dieses ging. Die *Daihatsu*-Entscheidung ist wegen eines Änderungsvorbehalts hinsichtlich der Verdienstmöglichkeiten des Vertragshändlers und hinsichtlich eines Direktgeschäftsvorbehalts des Herstellers relevant.

II. Ausstrahlungswirkung der Wertungen einer GVO auf das AGB-Recht?

Es mag vorkommen, dass auf den zu beurteilenden Sachverhalt sowohl das nationale AGB-Recht als auch die GVO in der jeweils gültigen Fassung maßgeblich ist. Gegenwärtig ist dies wegen Art. 6 Abs. 1 Nr. 5 GVO Nr. 1475/95 sogar bei einem das Vertragsgebiet betreffenden Änderungsvorbehalt der Fall. Eine vergleichbare Problematik stellte sich bei der Laufzeit von Bierlieferungs- bzw. Tankstellenverträgen in Bezug auf die GVO Nr. 1984/83,²⁷⁵ die jedoch mittlerweile von der GVO Nr. 2790/99 abgelöst wurde. In derartigen Fällen herrscht Uneinigkeit, in welchem Verhältnis die Regelungen der Gruppenfreistellungsverordnung zum nationalen Zivilrecht stehen. Indes ist zu untersuchen, ob die GVO, die dem europäischen Kartellrecht zuzuordnen ist, Wertungen²⁷⁶ vorgibt, die sich gegenüber dem nationalen Recht etwa deshalb durchsetzen, also quasi auf das AGB-Recht „ausstrahlen“, weil die GVO als europäische Norm höherrangig ist. Ist diese – bisher weitgehend unerörterte – Frage mit dem im Gemeinschaftsrecht üblichen Anwendungsvorrang desselben zu bejahen, müssen die Wirksamkeitsvoraussetzungen des nationalen Rechts im Einklang mit den Regelungen der GVO stehen. Für von der GVO abweichende Wirksamkeitsvoraussetzungen wäre dann kein Raum mehr. Infolgedessen würde sich eine eigenständige Überprüfung der Klausel nach AGB-Recht erübrigen. Bedenklich ist ein Anwendungsvorrang des Gemeinschaftsrechts hier jedoch vor allem deswegen, weil eine Normenkonkurrenz zweifelhaft ist und die Normen der GVO auch nicht zwingend sind.

²⁷¹ BGH, NJW 1995, 524.

²⁷² BGH, ZIP 1997, 1240.

²⁷³ BGH, NJW 1997, 1503.

²⁷⁴ BGH, NJW 2000, 1191.

²⁷⁵ Vgl. nur BGHZ 143, 103, 115; BGH, NJW 2001, 2331, 2332.

²⁷⁶ Im Folgenden wird die Richtigkeit der von der Kommission getroffenen Wertungen unterstellt. Eine Untersuchung, ob die Wertungen überzeugend sind, würde auf eine rechtspolitische Arbeit hinauslaufen und den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Diese Thematik ist von grundsätzlicher Bedeutung und spielt nicht nur bei der Beurteilung eines das Vertragsgebiet betreffenden Änderungsvorbehalts eine Rolle. Denkbar ist nämlich, dass eine möglicherweise die GVO Nr. 1475/95 im Jahr 2002 ablösende GVO auch ein Verbot sämtlicher oder weiterer Änderungsvorbehalte vorsieht, so dass diese Fragestellung dann auch bei anderen Änderungsvorbehalten relevant wird. Freilich ist diese Problematik auch nicht auf Änderungsvorbehalte in der Kfz-Branche beschränkt, sondern ist überall dort entscheidend, wo Regelungen der Gruppenfreistellungsverordnungen und das nationale Zivilrecht einen gemeinsamen Anwendungsbereich genießen. Dies ist in der Regel im Bereich des Schutzes des Absatzmittlers der Fall (z.B. auch beim Franchising-, Bierlieferungs- und Tankstellenvertrag). In diesem Bereich ist sie auch bei der Überprüfung formularmäßig vereinbarter Kündigungsfristen oder Vertragslaufzeiten von großer Bedeutung. Dass die GVO Nr. 1475/95 in Art. 6 Abs. 1 Nr. 5 gerade einen das Vertragsgebiet betreffenden Änderungsvorbehalt zum Inhalt hat, ist unter diesem Gesichtspunkt quasi „zufällig“. Daher soll der aufgeworfenen Frage nicht erst bei der Untersuchung eines solchen Änderungsvorbehalts, sondern bereits an dieser Stelle einer Antwort zugeführt werden.

Keine Probleme ergeben sich, wenn die GVO AGB-rechtlich bedenkliche Klauseln als „schwarze Klausel“ verbietet, wie dies eben derzeit noch hinsichtlich eines das Vertragsgebiets betreffenden Änderungsvorbehalts gem. Art. 6 Abs. 1 Nr. 5 GVO Nr. 1475/95 der Fall ist. Dann entfällt bei Aufnahme einer solchen Klausel die Frestellungswirkung für jede einzelne den Wettbewerb beschränkende Vereinbarung. Infolgedessen ist – wie bereits festgestellt²⁷⁷ – von der Gesamtnichtigkeit des Vertrages auszugehen. Da in diesem Fall eine Überprüfung einzelner Klauseln nach AGB-Recht aus praktischen Gründen hinfällig ist, ist die Frage nach der Wertungsvorgabe durch die Regelungen der GVO nicht mehr entscheidend. Kein Richter wird in einem solchen Fall noch zur Überprüfung einzelner Klauseln nach § 9 AGBG schreiten. Trotzdem könnte man auch in diesem Fall die theoretische Frage aufwerfen, ob eine solche Klausel (auch) nach § 9 AGBG unwirksam ist, da die GVO die Aufnahme einer solchen Klausel sanktioniert.

Die Frage, ob den Regelungen der GVO Leitbildfunktion zukommt, ist jedoch dann besonders von Interesse, wenn die Aufnahme einer problematischen Klausel nicht zum Entzug der Freistellungswirkung für alle, sondern nur für eine einzige oder wenige wettbewerbsbeschränkende(n) Vereinbarung(en) führt, da in diesen Fällen nicht von der Gesamtnichtigkeit des Vertrages auszugehen ist.

²⁷⁷ Siehe oben Seite 72.

Dann gewinnt die Überprüfung einzelner Klauseln auf ihre Wirksamkeit nach AGB-Recht hin Bedeutung. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang die frühere Regelung des Art. 5 Abs. 2 lit. b GVO Nr. 123/85, wonach die Verpflichtung zur Markenexklusivität nur dann vom Verbot des Art. 85 Abs. 1 EGV (a.F.) freigestellt war, wenn ein das Vertragsgebiet betreffender Änderungsvorbehalt zumindest an sachlich gerechtfertigte Gründe anknüpfte. Die GVO Nr. 123/85 sah damit als Sanktion lediglich den Entfall der Freistellungswirkung für die Verpflichtung zur Markenexklusivität vor, die dann im Falle eines Verstoßes gegen die GVO Nr. 123/85 gem. Art. 85 Abs. 2 EGV (a.F.) nichtig war. Die übrigen wettbewerbsbeschränkenden Klauseln blieben dagegen wirksam. Da somit nur eine einzige wettbewerbsbeschränkende Abrede betroffen war, konnte eine aus § 6 Abs. 3 AGBG resultierende Gesamtnichtigkeit nicht angenommen werden, so dass die Frage nach einer Ausstrahlungswirkung der Regelungen der GVO auf die Angemessenheitskontrolle gem. § 9 AGBG für Änderungsvorbehalte hätte relevant werden können. Hätte man nun die Wertung der GVO Nr. 123/85 auf das AGB-Recht übertragen, wäre ein das Vertragsgebiet betreffender Änderungsvorbehalt in Vertragshändlerverträgen auch nach AGB-Recht als grundsätzlich zulässig zu beurteilen gewesen, wenn die Änderungsbeugnis – entsprechend der Regelung der GVO – zumindest an den Nachweis sachlich gerechtfertigter Gründe gebunden war. Dies hätte indes unabhängig von der Frage gegolten, ob ein Alleinvertriebsrecht vereinbart wurde, weil die GVO Nr. 123/85 danach auch nicht differenzierte.

1. Unterschiedliche Regelungsziele einer GVO und des AGB-Rechts?

Vor allem die kartellrechtliche Literatur verneint im Ergebnis zu Recht, in der Begründung aber nicht immer überzeugend, ein Durchschlagen der Wertungen der GVO auf die Beurteilung nach AGB-Recht mit der Folge, dass die jeweiligen Regelungen nebeneinander anzuwenden sind.²⁷⁸

²⁷⁸ Gleiss/Hirsch, Einl. Rn 72 („Bei den nationalen Vorschriften geht es nicht um rein wettbewerbsrechtliche Regelungen; im Vordergrund stehen Gesichtspunkte der Vertragsgerechtigkeit, also primär zivilrechtliche Vorschriften. In diesen Fällen tritt meist kein Konflikt zwischen der Gruppenfreistellung und dem nationalen Recht auf.“) und Art. 85 Rn 1071; Gutbrod, EuZW 1991, 235, 239, 242 (keine kohärenten Wertungsgrundlagen); Gemeinschaftskommentar-*Schütz*, 18. Lfg., Einf. Rn 17 (die GVO lasse alle nicht wettbewerbsrechtlichen Vorschriften unberührt); Ebel, Art. 85 Rn 314 (Daneben sind die nationalen Gesetze zu beachten); Ackermann, EuZW 1999, 741, 744 (Angesichts der wettbewerbsbezogenen Zielsetzung der GVO „verbietet es sich auch, ihr eine zivilrechtliche Leitbildfunktion zuzuschreiben, die sich für die AGB-Kontrolle instrumentalisieren ließe“.); wohl auch Joerges, ZHR 151

Meistens wird als Begründung angeführt, *dass wegen der unterschiedlichen Schutzzwecke* der GVO und dem nationalen Zivilrecht schon gar kein Normenkonflikt bestehe. Damit ist allerdings der Ansatzpunkt für die Frage eines Normenkonflikts unglücklich gewählt. Richtig ist zwar, dass das europäische Kartellrecht, wie auch das deutsche Kartellrecht, in erster Linie den Wettbewerb als Institution schützt. Gruppenfreistellungsverordnungen verfolgen daher primär wettbewerbsrelevante Regelungsziele. Sie stellen in generalisierender Form Voraussetzungen auf, bei deren Erfüllung Vereinbarungen zwischen Unternehmen trotz ihrer wettbewerbsbeschränkenden Wirkung als vereinbar mit dem Gemeinsamen Markt anzusehen sind mit der Folge, dass sie nicht der Nichtigkeitssanktion des Art. 81 Abs. 2 EGV (n.F.) unterfallen.²⁷⁹ Wie schon aus Art. 81 Abs. 3 EGV (n.F.) hervorgeht, sollen sie einen Beitrag zur Verbesserung der Warenerzeugung und -verteilung bzw. zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts leisten. Damit verfolgen sie in erster Linie nicht individualschützende, sondern der Allgemeinheit dienende wirtschafts- und wettbewerbspolitische Ziele.²⁸⁰ Das Regelungsziel des dispositiven Schuldrechts ist aber ein anderes. Es versucht die Interessen der jeweiligen Parteien in ausgewogener und angemessener Weise zu berücksichtigen.²⁸¹ Es wird maßgeblich von den Prinzipien des Vertrauensschutzes, der ausgleichenden Vertragsgerechtigkeit und der Privatautonomie bestimmt.²⁸² Die Inhaltskontrolle des AGB-Gesetzes soll verhindern, dass Vertragsklauseln Wirksamkeit erlangen, die den Vertragspartner in unangemessener Weise benachteiligen würden. Damit dient sie allein dem Individualschutz.

Für die Frage, ob ein Normenkonflikt auftritt bzw. auftreten kann, kommt es jedoch gar nicht auf die Regelungsbereiche der jeweiligen Rechtssätze an. Von einem Normenkonflikt kann nur dann gesprochen werden, wenn zwei Regelungen zumindest teilweise denselben Sachverhalt erfassen, aber widersprüchliche Rechtsfolgen vorsehen, so dass die eine Rechtsfolge die andere ausschließt.²⁸³ Dabei lässt sich zwar zwischen direkten und indirekten Kollisionen differenzieren. Während unter einer direkten Normenkollision ein Konflikt von Rechtssätzen, die ein und demselben Regelungsgebiet angehören, zu verstehen ist, liegt eine indirekte Kollision dagegen dann vor, wenn Rechtssätze verschiedener

(1987), 195, 221; Niebling, BB 1996, 1727, 1728; ders., RWS-Skript, Rn 281; in der Begründung überzeugend wohl nur Ekkenga, S. 67 und ders., AG 1989, 301, 315; offengelassen Veelken in Immenga/Mestmäcker, GFVO, Abschnitt A, Rn 25; Abschnitt D, Rn 16.

²⁷⁹ Vgl. nur Ulmer/Schäfer, ZIP 1994, 753, 755.

²⁸⁰ Bunte/Sauter, Einf. Rn 25.

²⁸¹ Vgl. nur Ulmer/Schäfer, ZIP 1994, 753, 755.

²⁸² Larenz/Wolf, § 2 I 4 Rn 24.

²⁸³ Huthmacher, S. 124, 127.

Sachbereiche in ihren Wirkungen kollidieren.²⁸⁴ Diese begriffliche Differenzierung zeigt aber nur, dass Normenkonflikte auch zwischen Rechtssätzen mit unterschiedlichen Regelungszielen auftreten können, wobei ein Normenkonflikt zwischen Rechtssätzen gleichen Sachgebiets jedenfalls deutlicher hervortritt als zwischen verschiedenen Sachgebieten. Wenn für die Frage nach einem Normenkonflikt der Schutzbereich der jeweiligen Normen untersucht wird, wird damit also nicht geprüft, ob ein Normenkonflikt auftritt, sondern nur welcher Art ein möglicher Normenkonflikt ist – ein direkter oder ein indirekter. Wie *Huthmacher* auch zu Recht feststellt, ist es aus der Sicht des Gemeinschaftsrechts völlig unerheblich, „ob eine Vorschrift des nationalen Rechts mit gleichem Tatbestand aber entgegengesetzter Rechtsfolge die Durchsetzung des Gemeinschaftsrechts unterbindet oder ob die nationale Norm eines anderen Sachgebiets durch ihre Anwendung im konkreten Fall die vom EG-Recht angestrebte Rechtsfolge in ihr Gegenteil verkehrt bzw. einschränkt. In jedem Fall entsteht ein Konflikt, der eine Entscheidung darüber herausfordert, welche Normen in welchem Umfang zu gelten haben“²⁸⁵. Auch die indirekte Kollision ist daher nach dem Prinzip des Anwendungsvorrangs des Gemeinschaftsrechts

²⁸⁴ Huthmacher, S. 134 f.

²⁸⁵ Huthmacher, S. 127.

4. Kapitel:

Untersuchung einzelner (Änderungs-)Vorbehalte unter Berücksichtigung der bisher gefundenen Ergebnisse

In diesem Kapitel soll die Wirksamkeit einzelner Änderungsvorbehalte, die in der Regel in Vertragshändlerverträgen vorkommen, unter Berücksichtigung der bisherigen Ergebnisse untersucht werden.⁷⁴⁴ Dabei wird die Notwendigkeit der Konkretisierung der Änderungsgründe und des Umfangs vorausgesetzt.

I. Kontrolle einzelner Klauseln im Verhältnis zum Hersteller

1. Zulässigkeit einer Gebietsänderungsklausel

a) Die Bedeutung des Vertragsgebiets für den Händler

Das Vertragsgebiet ist für den Vertragshändler Erwerbsquelle⁷⁴⁵ und damit Existenzgrundlage. Das Vertragsgebiet wird überwiegend auch als „Besitzstand“ des Vertragshändlers bezeichnet.⁷⁴⁶ Die dem Händler zustehenden Gewinnchancen sind unmittelbar davon abhängig, wie ertragreich das ihm zugewiesene Vertriebsgebiet und damit der vorhandene Kundenkreis ist. Der für einen Händlervertrag typische Änderungsvorbehalt bezieht sich jedoch gerade auf die einseitige vom Unternehmer vorzunehmende geographische Änderung des Marktverantwortungsgebiets. Zusätzlich oder alternativ werden Änderungsvorbehalte meist so ausgestaltet, dass der Unternehmer weitere Händler im Vertragsgebiet unter bestimmten Voraussetzungen einsetzen darf. Das wirtschaftliche Resultat ist jeweils für den Händler das gleiche. Aus seiner Sicht kommt es nicht darauf an, ob sein Vertragsgebiet verkleinert wird oder ein weiterer Händler in sein Vertragsgebiet eingesetzt wird. In beiden Fällen werden seine Verdienstmöglichkeiten geschmälert.

⁷⁴⁴ Eine kurze Zusammenstellung der Rspr. zu einigen Änderungsvorbehalten, die in Vertragshändlerverträgen vorkommen, findet sich auch bei Westphal, 2. Bd., Rn 72 ff.

⁷⁴⁵ Siehe nur Wolf in Wolf/Horn/Lindacher, § 9 V 36.

⁷⁴⁶ So Graf v. Westphalen, NJW 1982, 2465 ff.; Pfeffer, NJW 1985, 1241, 1245; Gleiss/Hirsch, Art. 85 Rn 1102; a.A. wegen der früheren Möglichkeit der Gebietsänderung nach Art. 5 Abs. 2 Nr. 1 lit. b GVO Nr. 123/85 Bunte/Sauter, GVO Nr. 123/85 Rn 32.

aa) Zuweisung eines Vertragsgebiets

Bevor die GVO Nr. 123/85 galt, war es möglich, dass der Hersteller dem Vertragshändler kein Vertragsgebiet verbindlich zuwies.⁷⁴⁷ Die GVO Nr. 1475/95 gilt nun jedoch, wie auch schon die GVO Nr. 123/85, nur unter der Voraussetzung, dass der Hersteller einem oder mehreren Vertragshändlern ein Gebiet zuweist.⁷⁴⁸ Die vorliegenden Gruppenfreistellungsverordnungen sind demnach gebietsbezogen.⁷⁴⁹ Wegen des mittelbaren Anpassungsdrucks⁷⁵⁰ der GVO gibt es keine Kfz-Vertragshändlerverträge mehr, in denen der Hersteller keine rechtliche Bindung hinsichtlich des eingeräumten Vertragsgebiets eingeht.⁷⁵¹ Andernfalls müsste er auf sämtliche wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen verzichten⁷⁵², wozu er aber nicht bereit ist. Eine Vereinbarung eines Alleinvertriebsrechts ist jedoch nicht erforderlich.⁷⁵³ Hierunter versteht man die Verpflichtung des Herstellers innerhalb eines Gebietes ausschließlich einen Vertragshändler zu beliefern.⁷⁵⁴ Der Hersteller ist deshalb frei, in ein Vertragsgebiet von vornherein mehrere Händler einzusetzen. Zu beachten ist aber, dass allein die Festlegung des Vertragsgebiets noch nichts darüber aussagt, ob der Händler dies als alleiniges Tätigkeitsfeld und damit den Alleinvertrieb zugewiesen bekommt. Denn ein solches Alleinvertriebsrecht ergibt sich ohne ausdrückliche Vereinbarung nicht schon aus dem Charakter des Vertragshändlervertrags an sich.⁷⁵⁵

Auch wenn es keine kartellrechtlichen Richtwerte für die Größe des zugewiesenen Vertragsgebietes gibt, so folgt doch aus der gesteigerten Treue- und Rücksichtspflicht des Herstellers gegenüber dem Händler⁷⁵⁶, dass das zugewiesene Gebiet dem Händler ausreichende Ertragschancen und die Erzielung einer angemessenen Rendite sichern soll.⁷⁵⁷ Hier kommt es dann auf sämtliche Faktoren wie Marktdurchdringung, Größe der Händler, betriebswirtschaftliche Mindestgröße des Gebiets, örtliche Verhältnisse, etc. an. Bei der Zuweisung eines Ver-

⁷⁴⁷ Vgl. Bunte/Sauter, GVO Nr. 123/85 Rn 2, 3.

⁷⁴⁸ Vgl. jeweils Art. 1; vgl. auch Bunte/Sauter, GVO Nr. 123/85 Rn 2; Ebel/Genzow, DB 1985, 741, 746; Gemeinschaftskommentar-Schütz, GVO Nr. 1475/95, S. 33 Rn 12.

⁷⁴⁹ Gleiss/Hirsch, Art. 85 Rn 1101.

⁷⁵⁰ Siehe unten Seite 61.

⁷⁵¹ Vgl. Ebel, Art. 85 Rn 314.

⁷⁵² Ebel, Art. 85 Rn 314.

⁷⁵³ Bunte/Sauter, GVO Nr. 123/85 Rn 2, 3.

⁷⁵⁴ Stumpf-Nagel, Rn 156.

⁷⁵⁵ BGH, NJW 1994, 1060, 1061; Genzow, Rn 44.

⁷⁵⁶ Bunte/Sauter, GVO Nr. 123/85 Rn 33; Gleiss/Hirsch, Art. 85 Rn 1102.

⁷⁵⁷ Auch Genzow, Rn 42 f.

tragsgebiets hat der Hersteller auch aus eigenem Interesse darauf zu achten, dass dieses nicht zu klein ist, weil es ansonsten zu einem ruinösen Preiskampf unter den Händlern kommen kann, der für das Image der Marke schädlich ist.⁷⁵⁸

bb) Rechte des Vertragshändlers im zugewiesenen Vertragsgebiet

Das dem Vertragshändler zugewiesene Marktverantwortungsgebiet begründet entweder das ausschließliche oder nicht-ausschließliche Organisationsrecht des Vertragshändlers. Hier hat er gewisse Rechte, wie beispielsweise innerhalb des ihm zugewiesenen Gebietes seine gewerbliche Niederlassung zu unterhalten und – sofern der Hersteller zustimmt – Zweigniederlassungen einzurichten.⁷⁵⁹ Aber auch wenn der Vertragshändler mehrere Niederlassungen einrichtet bzw. mehrere Unterhändler einsetzt, trägt er alleine für „sein“ Vertriebsgebiet die unmittelbare Verantwortung dafür, dass das Kundenpotential des jeweilige Gebietes optimal zugunsten der „Marke“ ausgenutzt wird.⁷⁶⁰ Umgekehrt bedeutet dies aber auch, dass es dem Vertragshändler regelmäßig untersagt ist, außerhalb seines Vertragsgebietes für den Vertrieb von Vertragswaren Niederlassungen zu unterhalten oder Unterhändler einzusetzen.⁷⁶¹

Ziel des europäischen Wettbewerbsrechts ist es, die Beweglichkeit der Nachfrage unter den Händlern im Interesse des Wettbewerbs untereinander (sog. intra-brand-Wettbewerb)⁷⁶² zu sichern. Regionale Begrenzungen stehen diesem Ziel entgegen, weshalb es dem Händler möglich sein muss, nicht nur die im Vertragsgebiet bestehende Nachfrage befriedigen zu dürfen, sondern auch diejenige, welche von Personen und Unternehmen in anderen Gebieten des Gemeinsamen Marktes ausgeht.⁷⁶³ Insofern genießt der einzelne Vertragshändler keinen absoluten Gebietsschutz.⁷⁶⁴ Lediglich seine Angebotstätigkeit wird außerhalb seines Vertragsgebiets eingeschränkt.⁷⁶⁵ Somit ist der Kunde in der Lage EU-weit das

⁷⁵⁸ Vgl. Westphal, 2, Bd., Rn 362.

⁷⁵⁹ Siehe Art. 3 Nr. 6 und Nr. 7 und Art. 5 Abs. 1 Nr. 2 lit. a GVO Nr. 1475/95. Hierzu auch unten Seite 56.

⁷⁶⁰ Graf v. Westphalen, Rn. 18.

⁷⁶¹ Vgl. Art. 3 Nr. 8 a GVO Nr. 1475/95.

⁷⁶² Dagegen ist unter inter-brand-Wettbewerb der Wettbewerb zwischen den Herstellern zu verstehen.

⁷⁶³ Vgl. 9. Erwägungsgrund GVO Nr. 1475/95 = sog. Komm-Kunden-Regelung (siehe nur Veelken in Immenga/Mestmäcker, GFVO, Abschnitt D, Rn 6).

⁷⁶⁴ Hierzu Joerges/Hiller/Holzschek/Micklitz, S. 313, 325; Ebel, Art. 85 Rn 314; kritisch zum Gebietsschutz überhaupt Gutbrod, EuZW 1991, 235, 241, der die Einsetzung weiterer Händler dem Markt überlassen will.

⁷⁶⁵ Ebel/Genzow, DB 1985, 741, 743; Gleiss/Hirsch, Art. 85 Rn 1123.

günstigste Angebot auszuwählen (sog. Parallelimporte).⁷⁶⁶ Die Kommission verspricht sich hiervon eine Verstärkung des intra-brand-Wettbewerbs, die schließlich zu einer Angleichung der Preise und Verkaufsbedingungen führt.⁷⁶⁷ Aus diesem Grund ist es dem Vertragshändler auch erlaubt, innerhalb seines Vertragsgebiets auf jede erdenkliche und im Rahmen der §§ 1, 3 UWG zulässige Art um Kunden zu werben, während ihm der Hersteller für den Bereich außerhalb seines Vertragsgebiets nach heutiger Rechtslage⁷⁶⁸ nur untersagen kann, sich mit Mitteln einer personalisierten Werbung um Kunden zu bemühen.⁷⁶⁹ Damit ist eine persönliche bzw. direkte Werbung wie Hausbesuche, Telefonanrufe, Mitteilungen über sonstige Informationssysteme oder individuellen Schreiben gemeint.⁷⁷⁰ Derzeit ist dem Händler daher lediglich eine Anzeige-, Radio- und Fernsehwerbung außerhalb seines Vertragsgebiets erlaubt. Somit kann er die Nachfrage auch außerhalb seines Vertragsgebiets fördern und schließlich befriedigen.

⁷⁶⁶ In diesem Zusammenhang spielt auch die Regelung des Art. 6 Abs. 1 Nr. 8 GVO Nr. 1475/95 eine große Rolle. Hiernach gilt die Freistellung nicht, wenn der Lieferant dem Händler Entgelte gewährt, die ohne sachlich gerechtfertigten Grund nach Maßgabe des Bestimmungsortes der weiterverkauften Fahrzeuge oder des Wohnsitzes des Verkäufers berechnet werden. Damit wird eine Behinderung des Parallelimports durch das Entgeltsystem des Herstellers ausgeschlossen. Die Freistellung gilt nach Art. 6 Abs. 1 Nr. 7 GVO Nr. 1475/95 auch nicht, wenn der Hersteller oder ein Vertragshändler die Freiheit des Verbrauchers einschränkt, Garantiarbeiten unabhängig davon, wo das Fahrzeug in der Gemeinschaft gekauft wurde, in Anspruch zu nehmen. Damit wurden Drohungen gegenüber den Verbrauchern, im Ausland erworbenen Fahrzeugen die Garantie zu versagen, gegenstandslos.

⁷⁶⁷ Vgl. auch Bach, WuW 1995, 5, 16; Ebenroth/Lange, EWS 1995, 329, 332.

⁷⁶⁸ Früher konnte der Hersteller dem Vertragshändler sogar gänzlich verbieten, außerhalb des Vertragsgebiets um Kunden zu werben, vgl. Art. 3 Nr. 8 lit. b GVO Nr. 123/85.

⁷⁶⁹ Vgl. Art. 3 Nr. 8 b GVO Nr. 1475/95. Kritisch zu dieser Auflockerung Ebel, BB 1995, 1701, 1702; Ebenroth/Lange/Mersch, Rn 191 ff.; Ebenroth/Lange, EWS 1995, 329, 333; Creutzig, EuZW 1995, 723, 726: Die erweiterten Werbemöglichkeiten werden sich hauptsächlich nur große, finanzstarke Vertragshändler leisten können. Der kleinere Händler ist daher verstärkter Konkurrenz innerhalb der gleichen Marke ausgesetzt. Dem ist aber entgegen zu halten, dass das Kartellrecht den Unternehmer nicht vor Wettbewerb zu schützen hat. In Einzelfällen wird sich indes die Frage stellen, wann Werbung „personalisiert“ ist. Sie ist es jedenfalls dann, wenn der Vertragshändler oder ein von ihm beauftragter Dritter den direkten, persönlichen Kontakt mit dem Kunden sucht, sei es in der Form von Hausbesuchen, Telefonanrufen oder Mitteilungen über sonstige Informationssysteme oder durch individuelle Schreiben, vgl. 9. Erwägungsgrund der GVO Nr. 1475/95.

⁷⁷⁰ 9. Erwägungsgrund GVO Nr. 1475/95; hierzu Veelken in Immenga/Mestmäcker, GFVO, Abschnitt E, Rn 21. Creutzig, EuZW 1995, 723, 726; Ebenroth/Lange, EWS 1995, 329, 333; Ebenroth/Lange/Mersch, Rn 191 sehen dadurch gerade die finanzstarken Vertragshändler begünstigt.

5. Kapitel:

Ausblick

Inwiefern und mit welchem Inhalt Änderungsvorbehalte in Kfz-Vertragshändlerverträgen vereinbart werden können, hängt – wie gesehen – wegen des mittelbaren Anpassungsdrucks ganz entscheidend von den Regelungen der GVO ab. Die derzeit gültige GVO läuft im Jahre 2002 aus, und niemand kann mit Sicherheit sagen, ob die jetzige GVO verlängert bzw. modifiziert wird oder ersatzlos auslaufen soll.⁹⁰⁸ Denkbar ist auch eine Lösung, die sich an die am 01.01.2000 in Kraft getretene GVO Nr. 2790/99 für sämtliche vertikale Wettbewerbsbeschränkungen⁹⁰⁹, die bis auf die GVO Nr. 1475/95 und Nr. 240/96 (GVO für Technologietransfer) alle branchen- und sektorspezifische Gruppenfreistellungsverordnungen ablöste⁹¹⁰, anlehnt. Die zuletzt genannte Variante gilt derzeit als die wahrscheinlichste Lösung.⁹¹¹

Die Wettbewerbshüter der Kommission stehen einer Verlängerung der GVO Nr. 1475/95 ohne radikale Änderungen skeptisch gegenüber. Sie erwägen vielmehr die GVO Nr. 1475/95 im September 2002 auslaufen zu lassen und nicht mehr zu verlängern.⁹¹² Die Erfahrungen mit den Herstellern und ihren Händlern seien zu schlecht. Sie seien geradezu „enttäuscht von der Praxis der vom Kartellverbot freigestellten exklusiven Autohändlersysteme in der EU“.⁹¹³ Gem. Art. 11 GVO Nr. 1475/95 musste die Kommission bis Ende des Jahres 2000 eine Bewertung der bisherigen Praxis der GVO vorlegen. Erst dann sollte die Diskussion beginnen, ob den Herstellern auch künftig eine wettbewerbsrechtliche

⁹⁰⁸ Zur Zukunft des selektiven Vertriebs in der Kfz-Branche haben sich bisher – soweit ersichtlich – Creutzig, DAR 1999, 16, 20 und Ensthaler, BB 1999, 1509 ff.; Ensthaler/Funk, BB 2000, 1685, 1689 ff. eingehend beschäftigt.

⁹⁰⁹ Hierzu Ackermann, EuZW 1999, 741 ff.; Pukall, NJW 2000, 1375 ff.; dieselb., DB 1998, 2353 ff.; Semler/Bauer, DB 2000, 193 ff.

⁹¹⁰ Abgelöst werden die GVO 1983/83 (Alleinvertrieb), die GVO 1984/83 (Alleinbezug) und die GVO 4087/88 (Franchising).

⁹¹¹ F.A.Z. v. 02.08.2000; F.A.Z. v. 11.10.2001; hierzu auch Ensthaler/Funk, BB 2000, 1685 ff.

⁹¹² F.A.Z. v. 07.07.2000; F.A.Z. v. 02.08.2000; F.A.Z. v. 26.10.2000; F.A.Z. v. 24.01.2001; F.A.Z. v. 30.01.2001; Handelsblatt v. 14.08.2000; F.A.Z. v. 24.07.2001; F.A.Z. v. 13.09.2001; Vortrag von Mario Monti v. 11.05.2000 in Brüssel „Wer wird auf dem Fahrersitz sitzen?“; Vortrag von Karel van Miert v. 04.12.2000 in Freiburg „Markt, Macht, Wettbewerb“.

⁹¹³ F.A.Z. v. 15.11.2000.

Vorzugsbehandlung eingeräumt werden soll. Nach ersten Einschätzungen des EU-Kommissars *Mario Monti* ist mit dem Auslaufen der GVO Nr. 1475/95 für den Kfz-Vertrieb zu rechnen. Die GVO habe nicht den Händlerschutz bewirkt wie ihn sich die Kommission vorgestellt habe. Auch habe sie nicht zur Integration der nationalen Märkte beigetragen. So heißt es, dass die GVO Nr. 1475/95 keineswegs den Binnenmarkt gestärkt habe; auch gebe es nach wie vor große Preisunterschiede auf dem Automarkt.⁹¹⁴ Des weiteren blieb der intra-brand-Wettbewerb hinter den Erwartungen zurück. Als Gründe hierfür werden das Rabattsystem der Händlervergütung, die Zuteilung exklusiver Verkaufsgebiete, der Ausschluss unabhängiger Wiederverkäufer und das Verbot gewisser Arten von aktivem Marketing genannt. Diese Restriktionen behindern die Händler größer und effektiver zu werden. Des weiteren findet ein Mehrmarkenvertrieb angesichts der kurzen Kündigungsfrist von zwei Jahren praktisch nicht statt. Obendrein rüttelt die Kommission aber auch an der grundsätzlichen Annahme, dass die Verbindung Vertrieb und Kundendienst (technisch) notwendig und für den Verbraucher besonders vorteilhaft sei. Diese Annahme war ursprünglich die Rechtfertigung für die Freistellung der wettbewerbsbeschränkenden Vereinbarungen im Kfz-Handel. Heute vertritt die Kommission die Auffassung, dass der Kundendienst zwar von Spezialisten ausgeführt werden muss, diese aber nicht notwendigerweise Händler sein müssen.⁹¹⁵ In diesem Zusammenhang werde auch auf Studien verwiesen, wonach zwischen freien Werkstätten und den Reparaturbetrieben der Händler keine Qualitätsunterschiede gebe.⁹¹⁶ Ausschlaggebend sei aber vor allem, dass Hersteller mit dem Verbot der „Paralleleinfuhr“ preisgünstiger Modelle aus anderen EU-Ländern die GVO auch zu missbrauchen versuchen würden⁹¹⁷, wie vor allem das Beispiel *Volkswagen/Audi* zeigt. *VW/Audi* hatten italienischen Händlern verboten, an Vertragshändler oder Endverbraucher aus anderen Mitgliedsstaaten der EU Vertragsware zu verkaufen. Diese Praxis verstieß gegen die Regelungen der GVO Nr. 123/85 bzw. 1475/95.⁹¹⁸ Aus diesem Grund hatte die Kommission am 28.01.1998 gegen

⁹¹⁴ Im Einzelfall waren 1998 noch Preisunterschiede bis zu 30 % zu vermerken, vgl. Stuttgarter Nachrichten v. 30.01.1998. Nach einem aktuellen Bericht der Europäischen Kommission liegen die Preise für Neufahrzeuge in Deutschland um ca. 20 % höher als in anderen Ländern des Euro-Raums, vgl. F.A.Z. v. 20.02.2001.

⁹¹⁵ Vgl. hierzu auch Ensthaler/Funk, BB 2000, 1685, 1688 f.

⁹¹⁶ F.A.Z. v. 13.09.2001.

⁹¹⁷ Der Wettbewerbskommissar Mario Monti ist sogar trotz zahlreicher Regelungen in der GVO Nr. 1475/95, die die Paralleleinfuhr gewährleisten sollen, davon überzeugt, dass die GVO zum Missbrauch einladen würde, siehe F.A.Z. v. 15.11.2000.

⁹¹⁸ Art. 3 Nr. 10 a, Nr. 11 GVO Nr. 123/85 bzw. GVO Nr. 1475/95; Art. 6 Abs. 1 Nr. 3, 7 und Nr. 8 GVO Nr. 1475/95.

Rechtswissenschaftliche Forschung und Entwicklung

Herausgegeben von

Prof. Dr. jur. Michael Lehmann, Dipl.-Kfm.
Universität München

- Band 745: Rudolf Brachtel: **Die Gruppenfreistellung von Know-how-Vereinbarungen** · Entwicklung von Wettbewerbsregeln und Kommissionspraxis im Lichte der strukturellen Schwäche des Geheimnisschutzes
2006 · 250 Seiten
- Band 744: Julian Fuchs: **Die Marke des Einzelhandels**
2006 · 278 Seiten
- Band 743: Tanja Rippberger: **Zur Frage der Kompetenz der Landesverfassungsgerichte zur Überprüfung formellen und materiellen Bundesrechts**
2006 · 320 Seiten
- Band 742: Christopher Maierhöfer: **Geschmacksmusterschutz und UWG-Leistungsschutz** · Ein Vergleich unter Berücksichtigung des Konkurrenzverhältnisses
2006 · 242 Seiten
- Band 741: Philipp Strümpell: **Die übertragende Sanierung innerhalb und außerhalb der Insolvenz**
2006 · 260 Seiten
- Band 740: Moritz Freiherr von Hutten: **Rundfunkfreiheit und Programmfreiheit nach bayerischem Verfassungsrecht und Grundgesetz – das Ende des bayerischen Sonderwegs?**
2006 · 196 Seiten
- Band 739: Thilo von Bodungen: **Vertrags-, kartell- und wettbewerbsrechtliche Aspekte von Kundenbindungssystemen in Form von Bonussystemen**
2006 · 208 Seiten
- Band 738: Frank Lenhard: **Vertragstypologie von Softwareüberlassungsverträgen** · Neues Urhebervertragsrecht und neues Schuldrecht unter Berücksichtigung der Open Source-Softwareüberlassung
2006 · 488 Seiten
- Band 737: Sebastian Franck: **Die Verjährung erbrechtlicher Ansprüche nach dem Schuldrechtsmodernisierungsgesetz** · Eine Untersuchung zum Einfluss des neuen Verjährungsrechts auf erbrechtliche Ansprüche
2005 · 172 Seiten
- Band 736: Erik Ahnis: **Verwaltungsvollmacht und Aktionärskontrolle** · Voraussetzungen und Grenzen der Verwaltungsvollmacht auf deutschen Online-Hauptversammlungen sowie Vorschläge zur Stärkung der Kontrolle der Verwaltung
2005 · 396 Seiten
- Band 735: Sabine Demangue: **Intellectual Property Protection for Crop Genetic Resources** · A Suitable System for India
2005 · 560 Seiten
- Band 734: Veronika Sadlonova: **Vorgaben des Acquis Communautaire für den Bereich des Patentrechts**
2005 · 270 Seiten
- Band 733: Caroline Picot: **Elektronische B2B-Marktplätze im deutschen Kartellrecht**
2005 · 244 Seiten

- Band 732: Eckart Warnke: **Rechtsmangelhafte Software und Nacherfüllungsanspruch aus § 439 BGB**
2005 · 256 Seiten
- Band 731: Frank Fellenberg: **Die amtschaftungsrechtliche Vertrauenshaftung für fehlerhafte Genehmigungen und Auskünfte**
2004 · 245 Seiten
- Band 730: Nikolaus Helbig: **Die Verwertung von Sportereignissen im Fernsehen**
2005 · 215 Seiten
- Band 729: Gert Riedel: **Das Spannungsverhältnis zwischen markenmäßigem Gebrauch und vergleichender Werbung**
2004 · 210 Seiten
- Band 728: Sonja Schoch: **Die Auslegung der Ausnahmetatbestände des Haager Kindesentführungs-Übereinkommens** · Ein Vergleich der US-amerikanischen und deutschen Rechtsprechung
2004 · 435 Seiten
- Band 727: Roman Sedlmaier: **Die Patentierbarkeit von Computerprogrammen und ihre Folgeprobleme**
2004 · 332 Seiten
- Band 726: Hedda Hetzel: **Gemeinwohlsicherung im Rahmen von Marktöffnungsprozessen. Auf dem Weg zu einer europäischen Daseinsvorsorgepolitik** · Unter besonderer Berücksichtigung des öffentlichen Personennahverkehrs
2004 · 310 Seiten
- Band 725: Susanne Nothhafft: **Partizipation durch Mediation** · Wege zur Konfliktlösung in der Zivilgesellschaft
2004 · 300 Seiten
- Band 724: Bernhard Laas: **Der wettbewerbsrechtliche Schutz von Geschäftsmethoden** · Der Leistungsschutz nach der Reform des UWG
2004 · 300 Seiten
- Band 723: Imme Roxin: **Die Rechtsfolgen schwerwiegender Rechtsstaatsverstöße in der Strafrechtspflege** · 4., durchgesehene Auflage
2004 · 300 Seiten
- Band 722: Anastasia Papadelli: **Der Interessenausgleich im griechischen und im deutschen Recht der Forderungspfändung**
2004 · 353 Seiten
- Band 721: Barbara Holzner: **Die Änderung von Sorgerechtsentscheidungen gem. § 1696 Abs. 1 BGB**
2004 · 286 Seiten

Erhältlich im Buchhandel oder direkt beim Verlag:
Herbert Utz Verlag GmbH, München
089-277791-00 · info@utz.de

Gesamtverzeichnis mit mehr als 2800 lieferbaren Titeln: www.utz.de