

# Handbuch Vertriebsrecht

Herausgegeben von

**Univ.-Prof. em. Dr. Dr. Dr. h.c. mult. Michael Martinek**

Master of Comparative Law (New York Univ.)

Hon.-Prof. (Johannesburg und Wuhan), vormalis Universität des Saarlandes,  
Direktor des Instituts für Europäisches Recht, jetzt Rechtsanwalt in Saarbrücken

**Prof. Dr. Franz-Jörg Semler**

Rechtsanwalt in Stuttgart

**Prof. Dr. Eckhard Flohr**

Rechtsanwalt, Düsseldorf/Kitzbühel

Bearbeitet von

*Dr. Florian Amereller LL. M., München/Dubai; Prof. Dr. Michael Anton LL. M. (Johannesburg), Saarbrücken; Prof. Dr. Bernhard von Becker, München; Ulrich Berscheid, Lütjenburg; Dr. Silke Bittner, Berlin; Dr. Robert Budde, Köln; Marquard Christen, LL.M., MAS, Zürich; Prof. Dr. Peter Chrocziel, München; Jochen Clausnitzer, Berlin; Dr. Patrick Dahm, Singapur; Prof. Dr. Lothar Determann, San Francisco; Prof. Dr. Boris Dostal, Freiburg; Tobias Duhe, Hamburg; Lars Eckhoff, Köln; Günter Erdmann, Hamburg; Dr. Philipp Feldmann; Dr. Anders Fernlund, Enebyberg; Dr. Kai Christian Fischer, Barcelona; Prof. Dr. Eckhard Flohr, Düsseldorf/Kitzbühel; Dr. Carsten Föhlisch, Köln; Javier Fontcuberta Llanes, Barcelona; Prof. Dr. Christiana Fountoulakis, Fribourg; Prof. Dr. Roland Fritz, M.A., Frankfurt am Main; Ulrike Gantenberg, Düsseldorf; Dr. Ulrike Glück, Shanghai; Dr. Jürgen Gödde, Dortmund; Francesco Gozzo, Verona; Dr. Dennis Groh, LL.M., Köln; Gunther Hess, Büttelborn; Dr. Gerhard Hochedlinger, E. M. L. E., Wien; Dr. Bernhard Huber LL. M., Linz; Reto Hunsperger, LL.M., Zürich; PD Prof. Dr. Iur. habil. Axel Jäger, Frankfurt University of Applied Sciences; Gregor Kleinknecht LL. M., London; Dr. Lilian Köberlein, Berlin; Dr. Stefan Krüger, Königstein/Taunus; Dr. Fabienne Kutscher-Puis, LL. M., Düsseldorf; Paul Lefebvre, Brüssel; Dr. Henning Liesegang, Düsseldorf/Wuppertal; Dr. Hermann Lindhorst, Hamburg; Prof. Dr. Hannes Ludyga, Saarbrücken; Prof. Dr. Dr. Dr. h. c. mult. Michael Martinek, Saarbrücken; AkadR a. Z. Dr. Johannes Meier, Marburg; Dr. Stefan Meßmer, Stuttgart; Dr. Sebastian Meyer, LL.M., Bielefeld; Mark van der Moolen, LL.M., Wesel; Dr. Reiner Münker, Bad Homburg; Prof. Dr. Sebastian Omlor, LL. M. (NYU), LL. M. Eur., Marburg; Dr. Malte Passarge, Hamburg; Dr. Stefan Peintinger LL. M. (Georgetown), München; Dr. habil. Mateusz Pilich, Warschau; Mansur Pour Rafsendjani, München; Dr. Dietmar Rahlmeyer, Düsseldorf; Dr. Max Jakob Rösch, LL.M., Esslingen a.N.; Frans Rossen, Kopenhagen; Michael Schäfer, Köln; Dr. Matthias Schleicher, Achern; Prof. Dr. Franz-Jörg Semler, Stuttgart; Christian Sperling, München; Dr. Thomas Summerer, München; Dr. Marco Stief, LL.M. (University of Chicago), München; Dr. Bartosz Sujecki; Christian Treumann, Erfurt; Sayako Tsukamoto, Bengoshi, Tokio; Dr. Döne Yalçın, Istanbul/Wien; Dr. Jens Wagner, Hamburg; Dr. Konrad Walter, Hamburg; Prof. Dr. Rolf Wank, em., Bochum; Dr. Ulf Wauschkuhn, München; Miguel Weil Di Miele, LL.M. (NYU), Barcelona;*

5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage 2024



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 5. Auflage .....	V
Aus dem Vorwort zur 1. Auflage 1996 .....	VII
Inhaltsübersicht .....	IX
Abkürzungsverzeichnis .....	LXV
Bearbeiterverzeichnis .....	LXXV

## 1. Kapitel. Grundlagen des Vertriebsrechts

§ 1. Vertriebsrecht als Rechtsgebiet .....	8
I. Was ist Vertriebsrecht? – Ein einführender Überblick .....	8
1. Die Expansion des Vertriebsrechts .....	8
2. Definition und Teilgebiete des Vertriebsrechts .....	9
3. Das Recht der vertraglichen Vertriebssysteme .....	11
4. Die vertikale Vorwärtsintegration .....	12
5. Ordnungsaufgaben des Vertriebsvertragsrechts .....	15
6. Ordnungsaufgaben des Vertriebskartellrechts .....	19
7. Von der vertikalen Vorwärtsintegration zur vertikalen Gruppenkooperation .....	21
8. Relativierung der Geschäftsbesorgungsdoktrin .....	22
9. Händlerkooperationen – Verbundgruppen – Horizontalisierungstendenzen .....	23
10. Industrialisierung der Dienstleistungen .....	24
11. Internationalisierung und Europäisierung der Distribution .....	25
12. Digitalisierung der Distribution .....	25
13. Zusammenfassung .....	27
II. Rechtliche Grundlegung des Vertriebsrechts .....	28
1. Vertriebsrecht im engeren Sinn als Absatzmittlungsrecht .....	28
2. Absatzmittler in betriebswirtschaftlicher und in juristischer Sicht .....	30
3. Der normative Orientierungsrahmen des Vertriebsvertragsrechts .	32
4. Das Netzwerkproblem hochkomplexer vertraglicher Vertriebssysteme .....	33
5. Die kartellrechtliche Beurteilung vertraglicher Vertriebssysteme .	39
III. Entwicklungsperspektiven des Vertriebsrechts .....	42
1. Diversifizierung der vertikalen Distribution .....	42
2. Vertikale und horizontale Händlerkooperationen .....	45
3. Dienstleistungs-Vertriebsrecht .....	46
4. Electronic Commerce und Digitalisierung .....	48
5. Unvollständigkeit des Vertriebsrechts .....	49
§ 2. Betriebs- und absatzwirtschaftliche Hintergründe des Vertriebsrechts .....	51
I. Der Vertrieb und seine Entwicklung im betriebswirtschaftlichen Überblick .....	52
1. Absatzmärkte, allgemeine Distributionsfunktionen und die Entwicklung des Handels .....	52
2. Grundlagen des Marketings .....	59
3. Das Marketing-Umfeld .....	73
4. Marketing als ständige Herausforderung .....	76

II. Die Beteiligteninteressen in Vertriebssystemen	77
1. Der Kooperationsgewinn	77
2. Die Interessen des Absatzherrn	78
3. Die Interessen des Absatzmittlers	80
4. Interessenkonflikte in vertraglichen Vertriebssystemen	83
III. Integration und Kooperation im Vertrieb	84
1. Die vertikale Vorwärtsintegration	84
2. Vertriebsverträge als Marketing- und Selektionsinstrumente	86
3. Der „Wandel im Handel“ und die Rückwärtsintegration	87
4. Vertriebsvertragssysteme als vertikale Gruppenkooperation	90
IV. Absatzpolitische Instrumente gegenüber Absatzmittlern	96
1. Vertikale und horizontale Selektion	96
2. Qualitative und quantitative Selektion	97
3. Absatzkanalpolitik und -management	99
4. Vertikalbindungen als „Bausteine“ für Vertriebssysteme	100
5. Bezugsbindungen der Absatzmittler	100
6. Vertriebsbindungen der Absatzmittler	101
7. Inhaltsbindungen (Preis- und Konditionenbindungen)	104
8. Vertriebsbindungen der Absatzzentrale	105
§ 3. Erscheinungsformen und Rechtsnatur von Vertriebsverträgen	107
I. Die Typen- und Systembildung bei Vertriebsverträgen	108
II. Belieferungsverträge	109
III. Fachhändlerverträge	109
IV. Vertragshändlerverträge	110
V. Kommissionsagentenverträge	111
VI. Handelsvertreterverträge	112
VII. Franchiseverträge	113
1. Das Typologisierungproblem beim Franchising	113
2. Typologisierung nach Wirtschaftsstufen, Entstehungsart und Leistungssubstanz	114
3. Typologisierung nach Macht- und Interessenkonstellationen	117
VIII. Weitere Vertragskonstellationen	118
1. Vertriebsbindungsverträge, Alleinvertriebsverträge, Selektivvertriebsverträge	118
2. Depotsysteme, Abteilungskonzepte, Regalmietsystem	119
3. Der sog. Strukturvertrieb (Schneeballsysteme)	119
4. Die Vertikalisierung von Verbundgruppen	120
IX. Der Rahmencharakter von Vertriebsverträgen	121
1. Rahmenvertrag und Ausführungsverträge	121
2. Nebenverträge/Annexverträge	122
3. Wettbewerbliche Rahmenvereinbarungen	123
X. Der Dauerschuldcharakter von Vertriebsverträgen	124
1. Erhöhte Treuepflichten	124
2. Ungeschriebene Kontraktrituale	125
XI. Rechtsnaturbestimmung der klassischen Vertriebsverträge im Einzelnen	125
1. Die Bedeutung der Rechtsnatur von Vertriebsverträgen	125
2. Belieferungs- und Fachhändlerverträge	126
3. Handelsvertreter- und Kommissionsagentenverträge	127
4. Vertragshändlerverträge	129
XII. Der Streit um die Rechtsnatur von Franchiseverträgen	134
1. Die frühere Mischvertragstheorie	134
2. Die lizenzvertragliche Franchisetheorie	136

3. Die geschäftsbesorgungsvertragliche Franchisetheorie .....	141
4. Systematik und Typologie der Franchiseverträge .....	142
5. Typus und Rechtsnatur des Subordinations-Franchising .....	144
6. Typus und Rechtsnatur des Partnerschafts-Franchising .....	147
7. Konsequenzen der Rechtsnaturbestimmungen .....	151
XIII. Vertriebsvertragssysteme als Konzerne .....	152
1. Formen der Abhängigkeit .....	152
2. Die finanzpolitische Restautonomie des Absatzmittlers .....	154
§ 4. Kriterien für die Vertragstypenwahl .....	156
I. Einleitung .....	157
II. Rechtliche Kriterien der Vertragstypenwahl .....	158
1. Individualvertrag .....	158
2. Formularvertrag .....	158
3. Inhaltskontrolle nach dem Recht Allgemeiner Geschäftsbedingungen (§§ 305 ff. BGB) .....	159
4. Ausgewogenheit des Vertriebsvertrages (§ 138 BGB) .....	160
5. EU-Gruppenfreistellungsverordnungen .....	162
III. Betriebswirtschaftliche Kriterien für die Vertragstypenwahl .....	165
1. Buchhaltung/Buchführung .....	165
2. Controlling .....	166
3. Liquidität und Rentabilität .....	166
4. Betriebswirtschaftliche Kriterien vs. Selbständigkeit des Absatzmittlers .....	166
IV. Allgemeine Kriterien der Vertragstypenwahl .....	167
1. Anwendbares Recht .....	167
2. Bezugsbindung vs. Bezugsfreiheit .....	168
3. Diversifikationsprodukte vs. Alleinbezugsverpflichtung .....	168
4. Preispolitik (Preisbindung vs. Preishoheit) .....	169
5. Know-how-Transfer vs. Markenlizenzierung .....	170
6. Vertragslaufzeit vs. Investitionen des Absatzmittlers .....	172
7. Investitionen des Absatzmittlers (vorgegebene Investitionen vs. Eigeninvestitionen) .....	173
8. Kundenstamm (Ausgleichszahlung vs. Weiternutzung durch den Absatzmittler) .....	174
9. Wettbewerbsverbot (Karenzentschädigung vs. Konkurrenz durch den Absatzmittler) .....	175
V. Vertragsmanagement .....	176
1. Vertragsplanung .....	176
2. Vertragsdesign .....	177
3. Vertragsverhandlungen/Informationssymmetrie .....	177
§ 5. Überblick über den Rechtsrahmen .....	179
I. Überblick .....	182
II. Kauf- und Handelsrecht .....	183
1. Bürgerliches Kaufvertragsrecht .....	183
2. Handelsrechtliche Modifikationen bürgerlichen Kaufvertragsrechts .....	185
3. Das Vertriebsvertragsrecht im Lichte handelsrechtlicher Bestimmungen .....	186
III. Verbraucherschutzrecht .....	187
1. Produkthaftungsrecht .....	187
2. Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen .....	188
3. Verbraucherkreditrecht .....	191
4. Recht der Verbraucherverträge .....	192

5. Recht des Verbrauchsgüterkaufs .....	194
6. Fernabsatzverträge .....	195
7. EU-Verbraucherrechte-Richtlinie .....	195
8. Franchise-Vertrag und Widerrufsbelehrung .....	196
IV. Wirtschaftsrecht .....	198
1. Kartellrecht .....	198
2. Wettbewerbsrecht .....	200
3. Sonstiges Wirtschaftsrecht .....	206
V. Arbeits- und Sozialrecht .....	206
1. Arbeitsrecht .....	206
2. Sozialrecht .....	207
VI. Der transnationale Rechtsrahmen .....	209
1. UN-Kaufrecht .....	209
2. Europäisches Wirtschaftsrecht .....	210
3. Weltwirtschafts- und internationales Vertriebsrecht .....	213
VII. Mile-Stone-Entscheidung zum Franchise-Recht .....	218
1. Entscheidung des EuGH vom 28.1.1986 .....	218
2. Urteil des OLG München vom 16.9.1993 .....	219
3. Urteil des BGH vom 3.2.1990 .....	220
4. Urteil des BGH vom 20.5.2003 .....	221
5. Urteil des BGH vom 16.4.1986 .....	221
6. Entscheidung des LAG Düsseldorf vom 27.10.1987 .....	222
7. Urteil des BSG vom 4.11.2009 .....	222
8. Urteil des OLG München vom 14.10.2014 .....	223
9. Entscheidung des BGH vom 5.2.2015 .....	223
10. Urteil des OLG München vom 17.11.2019 .....	224
11. Urteil des OLG Jena vom 22.4.2020 .....	226
§ 6. Vertriebsrecht und Compliance .....	228
I. Vertriebssysteme als Gegenstand des Compliance-Managements .....	229
1. Vertriebssysteme als Risikosysteme .....	229
2. Systemprodukt-Risiken und Systemadministrations-Risiken .....	231
3. Systemhandbücher und Schulungen als Instrumente des Risikomanagements .....	232
4. Horizontale Konsultationsgremien und Intranets als Instrumente des Risikomanagements .....	233
5. Vertriebsrechtliches Risikomanagement der digitalen Revolution im Handel .....	234
6. Vertriebsrechtliches Risikomanagement im Bekleidungseinzelhandel .....	235
7. Vertriebsrechtliches Risikomanagement und Category Management .....	236
8. Risikomanagement durch vertikale Gruppenkooperation .....	238
9. Autoritär-subordinatives und partizipativ-kooperatives Risikomanagement .....	240
10. Vertriebsrecht im Mittelpunkt vertriebsspezifischer Compliance Management Systeme .....	241
II. Das Projekt eines Network-Governance-Kodex (NGK) für Vertriebssysteme .....	243
1. Die Entstehungsgeschichte des NGK .....	243
2. Die betroffenen kooperativen Unternehmensnetzwerke .....	244
3. Zielsetzung und Inhalt des NGK .....	244
4. Die anfängliche Aufbruchsstimmung des NGK .....	245
5. Das Vorbild des Deutschen Corporate Governance Kodex .....	245

6. Der Kodex als „eine freiwillige Übereinkunft der Netzwerkwirtschaft“ .....	246
7. Das Durchsetzungsproblem .....	247
8. Der Verbesserungsbedarf .....	248
III. Der Network-Governance-Kodex im Wortlaut .....	249
1. Präambel .....	249
2. Zukunftsorientierte Führung kooperativer Netzwerke .....	250
3. Struktur des kooperativen Netzwerks .....	250
4. Geschäftsführung der Netzwerkzentrale .....	250
5. Nachfolgeplanung des Netzwerkes .....	251
6. Kontrolle und Beratung der Netzwerkzentrale .....	251
7. Risikomanagement und Informationstransparenz .....	252
 <b>2. Kapitel. Vertriebsrecht und Verbraucherschutzrecht</b> 	
§ 7. Allgemeine Grundsätze, Widerrufsbelehrung und Widerrufsrecht .....	255
I. Einleitung .....	257
II. Entwicklung der Gesetzgebung zur Widerrufsbelehrung bei Vertriebsverträgen .....	258
1. Vertriebsverträge und Abzahlungsgesetz (AbzG) .....	258
2. Vertriebsverträge und Verbraucherkreditgesetz (VerbrKG) .....	258
III. Entwicklung der Rechtsprechung zur Widerrufsbelehrung .....	262
1. Drucktechnisch deutliche Gestaltung der Widerrufsbelehrung ...	262
2. Berechnung der Widerrufsfrist .....	263
3. Existenzgründungs-Absatzmittler .....	263
4. Widerrufswertgrenze iSv § 513 BGB (§ 507 BGB aF; § 512 BGB aF) .....	264
IV. Hinweise für die Praxis der Widerrufsbelehrung .....	266
1. Allgemeines .....	266
2. Muster der Widerrufsbelehrung .....	266
3. Muster Widerrufsformular/Empfangsbekanntnis .....	267
4. Anschrift des Unternehmers .....	268
5. Angabe des Datums der Widerrufsbelehrung .....	269
6. Beweislast einer ordnungsgemäßen Widerrufsbelehrung .....	269
7. Erstreckung der Unterschrift auf weitere Urkunden/Zusätze ...	269
8. Verkürzung der Widerrufsfrist .....	269
9. Verwirkung des Widerrufsrechts .....	270
10. Widerruf und Aufhebungsvertrag .....	270
11. Wertersatz bei Widerruf .....	270
V. Widerrufsbelehrung und Bezugsbindung .....	271
1. Wiederkehr – Schuldverhältnis .....	271
2. Einzelfragen .....	271
VI. Widerrufsbelehrung und Franchise-Handbuch .....	272
VII. Widerrufsbelehrung und Vertragssprache .....	273
VIII. Widerrufsbelehrung de lege ferenda .....	273
1. Allgemeines .....	273
2. Entwicklung in der Rechtsprechung .....	273
IX. Widerrufsbelehrung seit dem 28.5.2022 .....	274
X. Widerrufsbelehrung und Vertragstypen .....	276
1. Franchise-Vertrag .....	276
2. Handelsvertretervertrag .....	276
3. Vertragshändlervertrag .....	277

4. Fachhändlervertrag .....	277
5. Kommissionsvertrag .....	277
§ 8. Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge (Direktvertrieb, § 312b BGB) .....	278
I. Einleitung .....	279
II. Zweck der gesetzlichen Regelung .....	279
III. Anwendungsbereich .....	280
1. Verbraucherverträge iSd § 310 Abs. 3 BGB .....	280
2. Zahlung eines Preises oder Bereitstellung personenbezogener Daten bzw. Verpflichtung hierzu .....	280
3. Ausnahmen vom Anwendungsbereich .....	281
IV. Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge .....	282
1. Geschäftsräume .....	282
2. Situationsbedingte Voraussetzungen .....	284
V. Rechtsfolgen .....	286
1. Informationspflichten .....	286
2. Abschriften und Bestätigungen .....	290
3. Widerrufsrecht .....	291
VI. Abweichende Vereinbarungen und Beweislast .....	301
VII. Bußgeldvorschriften .....	301
VIII. Übergangsvorschriften .....	303
IX. Internationales Privatrecht .....	303
§ 9. Fernabsatzverträge (§ 312c BGB) .....	304
I. Regelungsanliegen und Hintergründe .....	305
II. Die europäischen Richtlinien und ihre Umsetzung .....	307
III. Abgrenzung der Fernabsatzverträge .....	308
IV. Zustandekommen und Abwicklung von Fernabsatzverträgen .....	309
V. Vertragsgegenstand .....	310
VI. Persönlicher Anwendungsbereich .....	310
VII. Ausschließliche Verwendung von Fernkommunikationsmittel .....	313
VIII. Organisiertes Vertriebs und Dienstleistungssystem .....	315
IX. Rechtsfolgen .....	316
1. Informationspflichten, Zeitpunkt und Form .....	317
2. Abschriften und Bestätigungen .....	319
3. Widerrufsrecht des Verbrauchers .....	319
X. Kündigung .....	319
XI. Beweislast .....	320
XII. Günstigkeitsprinzip .....	320
§ 10. E-Commerce-Verträge (§§ 312i, 312j BGB) .....	321
I. Regelungszweck .....	322
II. Anwendungsbereich .....	323
III. Begriff der digitalen Dienste .....	324
IV. Mitteilungs- und Gestaltungspflichten .....	324
1. Korrektur von Eingabefehlern .....	324
2. Informationspflichten des Unternehmers .....	325
3. Zugangsbestätigung .....	326
4. Abrufbarkeit und Speicherbarkeit der Vertragsbedingungen .....	327
V. Rechtsfolgen bei Verstößen .....	327
VI. Besondere Pflichten bei Verbraucherverträgen .....	328
1. Informationspflichten .....	328
2. Die „Button-Lösung“, § 312j Abs. 2, 3 BGB .....	329
3. Rechtsfolgen eines Verstoßes .....	331

4. Kündigungsbutton .....	332
5. Widerrufsbutton .....	332
§ 11. Produkthaftung und Versicherbarkeit .....	334
I. Einleitung .....	337
1. Reform der EU-Produkthaftungsrichtlinie .....	337
2. Bearbeitungsstand der ProdHaftRL-neu zum 30.3.2024 .....	341
3. Bearbeitungsstand der KI-HaftRL-E zum 30.3.2024 .....	343
4. KI-Gesetz; Vorschlag einer Gesetzlichen Regelung der EU zur künstlichen Intelligenz .....	343
5. Bearbeitungsstand des Vorschlags eines KI-Gesetzes zum 31.12.2023 .....	343
6. Begriff der Produkthaftung, dogmatische Einordnung .....	344
II. Abgrenzung der Produkthaftung zur vertraglichen Haftung .....	344
1. Vertragliche Haftung .....	344
2. Das Verhältnis der vertraglichen Haftung zu der Produkthaftung ..	345
3. Rechte/Ansprüche aus vertraglicher Haftung .....	346
4. Verjährungsfrist für Mängelansprüche beim Kauf .....	347
5. Abgrenzung Kauf/Produkthaftung .....	347
6. Rügepflicht des Käufers beim beiderseitigen Handelsgeschäft ....	348
III. Abgrenzung der Produkthaftung von öffentlich-rechtlichen Sicherheitsvorschriften .....	349
1. Ziel der öffentlich-rechtlichen Vorschriften .....	349
2. Einfluss öffentlich-rechtlicher Vorschriften auf die Produkthaftung .....	352
IV. Produkthaftung gem. § 823 BGB .....	353
1. Prinzip der Verschuldenshaftung .....	353
2. Der Begriff des Produkts .....	353
3. Personeller Anwendungsbereich .....	354
4. Fehlerbegriff, Haftungskategorien, Pflichten des Herstellers, zu berücksichtigende Kriterien .....	356
5. „Weiterfresserschäden“ .....	368
6. Verschuldensabhängige Haftung/Beweislastumkehr .....	369
7. Haftungsausschluss .....	370
8. Haftungsumfang .....	370
9. Mehrere Ersatzpflichtige .....	371
10. Verjährung .....	371
11. Schutzgesetzverletzung .....	371
V. Das Produkthaftungsgesetz .....	372
1. Prinzip der verschuldensunabhängigen Haftung .....	372
2. Produkt im Sinne des Produkthaftungsgesetzes .....	373
3. Fehlerbegriff, Haftungskategorien .....	374
4. Herstellerbegriff, Haftungsschuldner .....	375
5. Vertraglicher Haftungsausschluss .....	381
6. Haftungsumfang, Gesamtschuldnerische Haftung mehrerer Beteiligter .....	381
7. Entlastungsmöglichkeiten .....	384
8. Produktbeobachtung nach dem Produkthaftungsgesetz .....	386
9. Verjährung, Erlöschen von Ansprüchen .....	387
10. Anspruchskonkurrenz von Produkthaftungsgesetz und § 823 BGB .....	387

VI. Versicherbarkeit .....	388
Einleitung .....	388
1. Produkthaftpflichtrisiko AVB BHV Teil 3 -Allgemeines/ Strukturreform .....	388
2. Produkthaftpflichtrisiko AVB BHV A3 – Deckungstatbestände ...	389
3. Besondere Ausschlüsse für die erweiterten Produkthaftpflichtbedingungen – Rückrufkostenausschlüsse .....	402
4. Rechtsschutz- und Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Manager (D403)	
5. Auswirkungen der EU-Entwürfe zur ProdHafRL-E und KI- HaftRL-E auf die Versicherbarkeit von Produkthaftungsschäden?	403
 <b>3. Kapitel. Vertriebsrecht und Arbeitsrecht</b>	
Vorbemerkung: .....	405
§ 12. Absatzmittler als Arbeitnehmer oder als Selbständige .....	405
I. Zwei Formen von Absatzmittlern .....	406
II. Die Bedeutung der Unterscheidung .....	407
1. Die Bedeutung der Unterscheidung aus der Sicht des Unternehmers .....	407
2. Die Bedeutung der Unterscheidung aus der Sicht des Absatzmittlers .....	409
III. Die Abgrenzungskriterien nach der Rechtsprechung .....	410
1. Weisungsgebundenheit .....	412
2. Eingliederung .....	412
3. Unternehmerrisiko .....	413
4. Tatsächliche Durchführung .....	414
5. Sonstige Kriterien .....	415
6. Rechtsfolge einer Rechtsformverfehlung .....	415
IV. Die Rechtslage nach Inkrafttreten des § 611a BGB .....	415
V. Stellungnahme zur Arbeitnehmereigenschaft .....	416
1. Typologische und ontologische Methode .....	416
2. Teleologische Methode .....	417
VI. Steuerrecht .....	420
VII. Sozialversicherungsrecht .....	420
VIII. Der Arbeitnehmerähnliche .....	421
1. Sonderregeln für Handelsvertreter .....	421
2. Sonderregeln für Arbeitnehmerähnliche im Allgemeinen .....	422
3. Stellungnahme zum Arbeitnehmerähnlichen .....	422
§ 13. Handelsvertreter als Arbeitnehmer oder als Selbständige .....	423
I. Abgrenzung der einzelnen Typen von Vertriebsmittlern .....	424
II. Die gesetzliche Regelung für Handelsvertreter .....	424
1. Die Bedeutung des Unionsrechts .....	424
2. Der Normaltypus des Handelsvertreters .....	425
3. Versicherungs- und Bausparkassenvertreter .....	428
4. Einfirmenvertreter .....	428
5. Arbeitnehmerähnliche Handelsvertreter .....	428
6. Nebenberufliche Handelsvertreter .....	429
III. Die Abgrenzung zwischen selbständigen und angestellten Handelsvertretern in der Rechtsprechung .....	429
1. Die Entwicklung der Rechtsprechung .....	429
2. Heutige Rechtslage .....	430
IV. Schrifttum .....	431

V. Stellungnahme .....	432
1. Grundsätze .....	432
2. Formale Merkmale .....	433
3. Teleologische Begriffsbildung .....	433
4. Weisungsbindung .....	434
5. Eingliederung .....	437
6. Weitere Kriterien aus § 611a Abs. 1 BGB .....	438
7. Tatsächliche Durchführung .....	438
VI. Kennzeichen für Selbständigkeit .....	439
VII. Kennzeichen für Arbeitnehmereigenschaft .....	440
§ 14. Franchisenehmer als Arbeitnehmer oder als Selbständige .....	442
I. Gesetzliche Regelung .....	442
II. Rechtsprechung und Literatur .....	442
1. Definition .....	442
2. Arbeitnehmer oder Selbständiger .....	443
§ 15. Kommissionäre und Vertragshändler als Arbeitnehmer oder als Selbständige .....	448
I. Kommissionär und Kommissionsagent .....	448
1. Gesetzliche Regelung .....	448
2. Rechtsprechung und Literatur .....	449
3. Stellungnahme .....	449
II. Vertragshändler .....	449
1. Gesetzliche Regelung .....	449
2. Stellungnahme .....	451
§ 16. Absatzmittler als Arbeitnehmer .....	452
I. Besondere Vorschriften des HGB .....	452
1. Die Sonderregelung der §§ 59 ff. HGB .....	452
2. Der Begriff des Handlungsgehilfen .....	453
3. Die Nichteinstellungsvereinbarung .....	454
4. Die Entgeltregelung .....	454
5. Der Gleichbehandlungsgrundsatz .....	456
6. Technischer Arbeitsschutz .....	457
7. Das Wettbewerbsverbot während des Bestehens des Arbeitsverhältnisses .....	457
8. Das nachvertragliche Wettbewerbsverbot .....	461
9. Der Zeugnisanspruch .....	463
10. Das Außenverhältnis zum Kunden .....	463
II. Allgemeines Arbeitsrecht .....	463
1. Das Arbeitsrecht der Handlungsgehilfen .....	463
2. Das Arbeitsrecht der sonstigen abhängig beschäftigten Absatzmittler .....	465

#### 4. Kapitel. Der Handelsvertretervertrag

§ 17. Der Abschluss und Inhalt des Handelsvertretervertrages .....	467
I. Merkmale des Handelsvertreters .....	470
1. Wirtschaftliche Bedeutung .....	470
2. Der Handelsvertreter iSd § 84 HGB .....	470
3. Leitbild-Pluralismus des Handelsvertreters .....	475
II. Aufbau und Inhalt eines Handelsvertretervertrages .....	479
1. Typischer Aufbau eines Handelsvertretervertrages .....	479
2. Rechtsnatur und Abschluss des Handelsvertretervertrages .....	480
3. Anwendbares Recht .....	482
4. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters .....	483

5. Pflichten des Unternehmers .....	489
6. Beendigung eines Handelsvertretervertrages .....	493
III. Formvorschriften des Handelsvertretervertrages .....	503
1. Formfreiheit des Handelsvertretervertrages .....	503
2. Konkludenter Abschluss eines Handelsvertretervertrages .....	504
3. Schriftformerfordernis gem. § 34 GWB aF .....	504
4. Schriftform auf Grund zivil- und handelsrechtlicher Vorschriften ..	505
IV. Gesetz- und Sittenwidrigkeit eines Handelsvertretervertrages .....	505
1. Nichtigkeit des Handelsvertretervertrages wegen eines Gesetzesverstößes .....	505
2. Sittenwidrigkeit eines Handelsvertretervertrages .....	507
V. Inhaltskontrolle von Handelsvertreterverträgen .....	508
1. Die Inhaltskontrolle von Handelsvertreterverträgen nach den Vorschriften der §§ 305 ff. BGB .....	508
2. Einzelklauseln eines Handelsvertretervertrages und Allgemeine Geschäftsbedingungen .....	508
VI. Handelsvertreterverträge und Verbraucherschutz .....	510
1. Handelsvertreterverträge und Verbraucherschutzvorschriften (§§ 491 ff. BGB) .....	510
2. Handelsvertretervertrag und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge .....	510
3. Handelsvertretung/Neues Unternehmen .....	511
VII. Das vorvertragliche Vertrauensverhältnis .....	511
1. Umfang der vorvertraglichen Aufklärungspflicht des Unternehmers .....	511
2. Disclosure Rules bei Handelsvertreterverträgen? .....	512
3. Schadensersatzanspruch nach den Grundsätzen der bei Verletzung vorvertraglicher Aufklärungspflichten .....	512
VIII. Nebenverträge und Durchführungsverträge zum Handelsvertretervertrag .....	512
1. Mietvertrag .....	512
2. Vertrag über Service- und Reparaturleistungen .....	513
3. Datenübertragung Unternehmen/Handelsvertreter .....	513
4. Versicherungsverträge .....	513
IX. Handelsvertreter und Sozialversicherungsrecht .....	513
X. Echter/Unechter Handelsvertreter .....	514
§ 18. Die Durchführung des Handelsvertretervertrages .....	516
I. Einzelregelungen eines Handelsvertretervertrages .....	517
1. Provisionsanspruch des Handelsvertreters .....	517
2. Delkrederehaftung gem. § 86b HGB .....	526
3. Weitere Handelsvertretervergütungen .....	527
4. Sonstige Rechte des Handelsvertreters .....	527
5. Verjährung der Ansprüche des Handelsvertreters .....	529
II. Rechtsrahmen von Handelsvertreterverträgen .....	530
1. Handelsvertreter und Kartellrecht .....	530
2. Anwendbarkeit des Kartellverbots auf Handelsvertreterverhältnisse .....	531
3. Handelsvertreterrecht und Wettbewerbsrecht .....	536
III. Eigenhaftung des Handelsvertreters .....	538
1. Grundsätze zur Eigenhaftung .....	538
2. Gewährleistungsabreden des Handelsvertreters .....	540
3. Handelsvertreter und Produkthaftung .....	540

IV. Leistungsstörungen beim Handelsvertretervertrag .....	541
1. Annahmeverzug des Unternehmers (§ 615 BGB) .....	542
2. Wegfall der Geschäftsgrundlage (§ 313 BGB) bei Handelsvertreterverträgen? .....	542
§ 19. Vertragsbeendigung .....	544
I. Fälle der Vertragsbeendigung .....	544
II. Die ordentliche Kündigung (§ 89 HGB) .....	545
1. Gesetzliche Regelung .....	545
2. Vertragliche Kündigungsregelungen .....	547
3. Fehlerhafte Kündigungen; Suspendierung .....	548
III. Die außerordentliche Kündigung (§ 89a HGB) .....	550
1. Grundlagen .....	550
2. Wichtige Gründe für Kündigung durch den Unternehmer .....	555
3. Wichtige Gründe für Kündigung durch den Handelsvertreter ...	557
4. Kündigungserklärung .....	558
5. Rechtsfolgen außerordentlicher Kündigung – „Berechtigte“ und „Unberechtigte“ Kündigung .....	560
IV. Kündigungsschutz .....	563
Anhang zu § 19. Handelsvertreterverträge in der Insolvenz .....	563
I. Insolvenz des Unternehmers .....	563
II. Insolvenz des Handelsvertreters .....	565
§ 20. Der Ausgleichsanspruch des Handelsvertreters .....	566
I. Rechtsnatur .....	567
1. Grundlagen .....	567
2. Anwendungsbereich .....	568
II. Voraussetzungen und Höhe des Anspruches .....	569
1. Die Tatbestandsmerkmale von § 89b Abs. 1 HGB .....	569
2. Unternehmervorteile – Begriffsmerkmale .....	569
3. Unternehmervorteile – Bezifferung .....	581
4. Billigkeit .....	583
5. Höhe des Anspruches .....	589
III. Wegfall des Ausgleichsanspruches .....	591
1. Eigenkündigung (§ 89b Abs. 3 Nr. 1 HGB) .....	591
2. Kündigung durch Unternehmer wegen schuldhaften Verhaltens des Handelsvertreters (§ 89b Abs. 3 Nr. 2 HGB) .....	595
3. Wegfall bei Eintritt eines Dritten in das Handelsvertreterverhältnis	597
4. Vertragliche Abweichungen von § 89b HGB zum Nachteil des Handelsvertreters .....	597
IV. Der Ausgleichsanspruch in grenzüberschreitenden Verträgen .....	600
1. Geltung deutschen Rechtes .....	600
2. Geltung ausländischen Rechtes .....	600
V. Geltendmachung; Verjährung .....	602
1. Form und zeitlicher Rahmen .....	602
2. Verjährung .....	602
§ 21. Ausgewählte nachvertragliche Probleme .....	604
I. Nachvertragliche Vergütungsansprüche .....	604
1. Grundlagen .....	604
2. Provisionsansprüche (§ 87 Abs. 3 HGB) .....	605
3. Besonderheiten bei langlaufenden Verträgen .....	606
4. Buchauszug .....	607
II. Geheimnisschutz .....	608
1. Gegenstand .....	608

2. Insbesondere Kundenadressen .....	608
3. Rechtsfolgen bei Verstößen .....	609
III. Nachvertraglicher Wettbewerb .....	609
1. Grundlagen .....	609
2. Abschluss .....	610
3. Inhalt; Durchsetzung .....	610
4. Karenzentschädigung bei Kündigung aus wichtigem Grund .....	612
IV. Verjährung .....	614
1. Die gesetzliche Verjährung .....	614
2. Vertragliche Verjährungsregeln .....	615
§ 22. Europäisches Handelsvertreterrecht .....	616
I. Rechtlicher Rahmen .....	616
1. Die HVRL .....	616
2. Die Rechtsprechung des EuGH .....	617
II. Ausgewählte Schwerpunkte .....	619
1. Der Handelsvertreter .....	619
2. Ausgleichsanspruch, Beendigungsentschädigung .....	619
3. Nachvertragliche Wettbewerbsabreden .....	621
4. Rechtswahl, Streitentscheidung .....	622

## 5. Kapitel. Der Vertragshändlervertrag

§ 23. Einordnung, Abschluss, Inhalt und Durchführung .....	623
I. Merkmale des Vertragshändlers .....	624
1. Begriff .....	624
2. Abgrenzung .....	627
II. Einordnung des Vertragshändlervertrags .....	627
1. Rechtliche Qualifikation .....	627
2. Anwendbare gesetzliche Bestimmungen .....	629
III. Inhalt und Durchführung des Vertrages .....	634
1. Treuepflichten .....	634
2. Gleichbehandlung .....	635
3. Absatzförderung .....	636
4. Vertragsgebiet .....	636
5. Vertragsprodukte .....	637
6. Belieferung des Vertragshändlers .....	638
7. Vergütung .....	639
8. Ausführungsgeschäfte .....	641
9. Alleinvertriebsrecht .....	641
10. Direkte Vertriebstätigkeiten des Unternehmers .....	642
11. Verbot einer Konkurrenztaetigkeit .....	645
12. Mindestabnahme .....	645
13. Direktbezugsverpflichtungen .....	647
14. Gewährleistung und Garantie .....	648
15. Vertragsdauer und -beendigung .....	650
16. Ausgleichsanspruch .....	651
17. Übernahmepauschale .....	651
18. Vertragsstrafen .....	652
19. Rechtswahl .....	652
IV. Formelle Anforderungen .....	653
1. Schriftform .....	653

2. Vertragsurkunde .....	653
3. Bezeichnung der Parteien .....	654
V. Sittenwidrigkeit .....	654
1. Allgemeines .....	654
2. Einzelfragen .....	655
3. Rechtsfolgen .....	656
VI. Das vorvertragliche Vertrauensverhältnis .....	656
1. Allgemeines .....	656
2. Aufklärungs- und Hinweispflichten .....	656
VII. Nebenverträge und Durchführungsverträge .....	657
1. Konsignationslagervertrag .....	657
2. Service- und Werkstattvertrag .....	658
§ 24. Vertragsbeendigung .....	660
I. Einführung .....	661
II. Die ordentliche Kündigung .....	661
1. Vertrag mit unbestimmter Laufzeit .....	661
2. Formelle Anforderungen .....	662
3. Teil- und Änderungskündigung .....	663
4. Kündigungsfrist .....	663
5. Einfluss des Kartellrechts .....	667
III. Die außerordentliche Kündigung .....	667
1. Wichtiger Grund .....	667
2. Kündigungserklärung .....	670
3. Nachschieben von Kündigungsgründen .....	671
4. Erklärungsfrist .....	672
5. Abmahnung .....	672
6. Rechtsfolgen .....	674
IV. Sonstige Beendigungsgründe .....	675
1. Zeitablauf .....	675
2. Einvernehmliche Vertragsbeendigung .....	675
3. Anfechtung .....	676
4. Tod einer Vertragspartei .....	676
5. Insolvenz einer Vertragspartei .....	677
§ 25. Der Ausgleichsanspruch des Vertragshändlers .....	678
I. Analoge Anwendung von § 89b HGB .....	680
1. Eingliederung in die Absatzorganisation des Unternehmers .....	680
2. Überlassung von Kundendaten .....	684
II. Voraussetzungen des Ausgleichsanspruchs .....	688
1. Wirksame Beendigung des Vertrages .....	689
2. Werbung neuer Kunden .....	690
3. Erhebliche Unternehmervorteile aus der Geschäftsverbindung mit Neukunden nach Vertragsbeendigung .....	692
4. Billigkeitsprüfung .....	695
III. Höhe und Berechnung des Ausgleichsanspruchs .....	699
1. Bemessungsgrundlage .....	699
2. Prognosezeitraum .....	702
3. Abwanderungsquote .....	703
4. Abzinsung .....	704
5. Anpassung aus Gründen der Billigkeit .....	705
6. Ausgleichshöchstbetrag analog § 89b Abs. 2 HGB .....	705
IV. Gesetzliche Ausschlüsse des Ausgleichsanspruchs .....	705
1. Eigenkündigung des Vertragshändlers .....	706

2. Außerordentliche Kündigung des Unternehmers .....	706
3. Vertragsübernahme durch einen Dritten .....	707
V. Unabdingbarkeit des Ausgleichsanspruchs .....	708
1. Ausschluss „im Voraus“ .....	708
2. Auslandsverträge .....	708
VI. Geltendmachung .....	710
1. Ausschlussfrist .....	710
2. Verjährung .....	710
§ 26. Nachvertragliche Abwicklungsprobleme .....	712
I. Belieferung .....	712
II. Vergütung .....	713
III. Schutz von Investitionen des Vertragshändlers .....	714
1. Interessenlage .....	714
2. Mögliche Ausprägungen eines Investitionsschutzes .....	715
IV. Rücknahme von Vertragsware .....	718
1. Interessenlage .....	718
2. Rücknahmeanspruch aus nachvertraglicher Treuepflicht .....	719
3. Rücknahmeanspruch als Schadensersatz .....	722
4. Vertragliche Beschränkungen .....	722
5. Rückverkaufspflicht des Vertragshändlers .....	724
V. Geheimnisschutz .....	725
VI. Wettbewerbsverbot .....	726

### 6. Kapitel. Der Franchise-Vertrag

Vor § 27. Schrifttum und Rechtsprechung .....	729
§ 27. Entwicklung und Bedeutung von Franchiseverträgen .....	737
I. Franchising in den USA .....	737
1. Franchising der ersten Generation .....	737
2. Franchising der zweiten Generation .....	738
3. Vom Boom zur Krise .....	739
4. Expansion, Konsolidierung und dritte Generation .....	740
II. Franchising in Deutschland und den Nachbarländern .....	741
1. Die kontinuierliche Ausbreitung .....	741
2. Franchising in den neuen Bundesländern .....	743
3. Zukunftsaussichten und Verbandsaktivitäten .....	744
III. Subordinations- und Partnerschafts-Franchising .....	746
1. Gemeinsamkeiten .....	746
2. Subordinations-Franchising .....	747
3. Partnerschafts-Franchising .....	748
IV. Franchise-Vertrag Typenabgrenzung .....	749
1. Lizenzvertrag .....	749
2. Know-how-Überlassungsvertrag .....	750
3. Handelsvertretervertrag .....	750
4. Kommissionsagenturvertrag .....	751
5. Vertragshändlervertrag .....	751
6. Kundenschutzvereinbarungen .....	752
7. Vereinbarung über strategische Allianzen .....	753
V. Franchise-Vertrag – Vertragstypen .....	753
1. Einführung .....	753
2. Area Developer Agreement .....	754
3. Masterfranchise-Vertrag .....	754
4. Direct-Franchising .....	754

5. Multiple-Unit-Franchise-Vertrag .....	754
6. Vorvertrag .....	755
7. Reservierungsvereinbarung .....	756
VI. Franchise-Vertrag – Einfluss anderer Rechtsgebiete .....	757
1. Vorbemerkung .....	757
2. Handels- und Gesellschaftsrecht .....	759
3. Kartellrecht .....	760
4. Wettbewerbsrecht .....	760
5. Verbraucherschutzrecht .....	760
6. Arbeitsrecht .....	761
7. Sozialrecht .....	762
8. Datenschutzrecht .....	763
VII. Franchise-Gesetzgebung .....	764
1. Franchise-Gesetzgebung allgemein .....	764
2. Gesetzliche Regelung zur vorvertraglichen Aufklärung? .....	764
3. Ausblick .....	765
§ 28. Abschluss und Durchführung von Franchiseverträgen .....	767
I. Die vorvertragliche Rechtslage .....	770
1. Vorbemerkung .....	770
2. Vorvertragliche Aufklärung – Einführung .....	770
3. Vorvertragliche Aufklärung und Vertrauenshaftung .....	772
4. Vertragsverhandlungen durch Dritte (§ 311 Abs. 3 S. 2 BGB) ...	773
5. Vorvertragliche Aufklärung Allgemein .....	773
6. Systematik der vorvertraglichen Aufklärung .....	774
7. Einzelfragen zur vorvertraglichen Aufklärung .....	777
8. Dokument zur vorvertraglichen Aufklärung .....	787
9. Grenzen der vorvertraglichen Aufklärungspflicht .....	788
10. Haftungsfreizeichnung des Franchise-Gebers .....	789
11. Mitverschulden des Franchise-Nehmers .....	789
12. Haftung Dritter bei Aufklärungsver schulden .....	790
13. Beauftragter Unternehmensberater .....	790
14. Deliktische Haftung des Franchise-Gebers .....	791
15. Konsequenzen der Verletzung vorvertraglicher Aufklärungspflichten .....	791
16. ABC der vorvertraglichen Aufklärung .....	793
17. Entwicklungstendenzen .....	795
18. Fazit zur derzeitigen Situation .....	796
19. Bedenkzeit vor und nach Abschluss von Franchise-Verträgen ...	797
II. Vereinbarungen vor Abschluss eines Franchise-Vertrages .....	798
1. Reservierungsvereinbarung .....	798
2. Vorverträge bei Franchiseverträgen .....	799
3. Geheimhaltungsvereinbarung .....	804
III. Aufbau und Inhalt von Franchiseverträgen .....	805
IV. Der Abschluss von Franchiseverträgen .....	806
1. Formfragen .....	806
2. Sittenwidrigkeitskontrolle .....	808
3. Franchiseverträge und AGB-Recht .....	813
4. Datenschutz .....	823
5. Informationsaustausch .....	824
6. Know-how und Schutz von Geschäftsgeheimnissen .....	826
7. Höhere Gewalt .....	829
8. Franchiseverträge und Verbraucherschutzrecht .....	832
9. Arbeits- und sozialrechtliche Auswirkungen auf Franchiseverträge	841

10. Rentenversicherungspflicht von Franchise-Nehmern (§ 2 Nr. 9 SGB VI) .....	846
11. Franchise-Handbücher (Manuals) .....	848
12. Anspruch auf Abschluss eines Franchise-Vertrages .....	850
13. Gerichtsstandvereinbarung .....	851
14. Preisangaben-Verordnung .....	853
V. Die Durchführung von Franchiseverträgen .....	856
1. Konsequenzen der Typenkombination .....	856
2. Die Anwendbarkeit geschäftsbesorgungsvertraglicher Vorschriften .....	857
3. Die Anwendbarkeit handelsvertreterrechtlicher Vorschriften .....	859
4. Ersatzansprüche des Franchise-Nehmers aus positiver Vertragsverletzung .....	862
5. Das Auftreten des Franchise-Nehmers im Geschäftsverkehr .....	865
VI. Franchise-Gesetzgebung .....	878
VII. Abschluss und Durchführung von Franchiseverträgen beim Partnerschafts-Franchising .....	878
1. Koordinations-Franchising .....	878
2. Koalitions-Franchising .....	879
3. Konföderations-Franchising .....	881
4. Franchise-Systeme als Netzwerk .....	883
§ 29. Die Beendigung und die nachvertragliche Abwicklung von Franchiseverträgen .....	884
I. Die Bedeutung der Vertragsbeendigung für den Franchisenehmer .....	885
II. Beendigung eines Franchise-Vertrages .....	887
1. Beendigung durch Aufhebungsvertrag .....	887
2. Beendigung durch Zeitablauf .....	888
3. Beendigung durch Anfechtung wegen arglistiger Täuschung .....	889
III. Beendigung eines Franchise-Vertrages durch ordentliche Kündigung .....	890
1. Grundsätzliches .....	890
2. Kündigungsfristen .....	891
3. AGB-rechtliche Korrekturen .....	892
IV. Außerordentliche Kündigung .....	893
1. Vorbemerkung .....	893
2. Vorliegen eines wichtigen Grundes (§ 314 Abs. 1 BGB) .....	894
3. Fristlose Kündigung ohne vertragliche Regelung .....	895
4. Fristlose Kündigung eines Franchise-Vertrages aufgrund vertraglicher Regelung .....	896
5. Fristlose Kündigung eines Franchise-Vertrages ohne wichtigen Grund .....	897
6. ABC der wichtigen Gründe .....	897
7. Gesamtschau der einzelnen Umstände und Interessenabwägung .....	901
8. Interesse des Franchise-Nehmers am Fortbestand des Franchise-Vertrages .....	902
9. Fristlose Kündigung und „Grundsatz der Gleichbehandlung“ .....	902
10. Kündigungserschweris .....	902
11. Multiunit-Franchise-Nehmer .....	903
V. Notwendigkeit der Abmahnung (§ 314 Abs. 2 BGB) .....	903
VI. Kündigungsfrist (§ 314 Abs. 3 BGB) .....	904
1. Angemessenheit .....	904
2. Kündigungsfrist .....	904
3. Dauerverstöße .....	905
VII. Schadensersatzverpflichtung bei willkürlicher fristloser Kündigung (§ 314 Abs. 4 BGB) .....	905

VIII. Verwirkung des Kündigungsrechts .....	906
IX. Kartellrechtswidrigkeit der fristlosen Kündigung .....	906
X. Einzelfragen .....	907
1. Lossagen vom nachvertraglichen Wettbewerbsverbot .....	907
2. Kündigung bei einer Personenmehrheit .....	908
3. Betreiben mehrerer Franchise-Outlets .....	908
4. Herausgabe des angemieteten Ladenlokals .....	909
XI. Belieferungspflicht nach erfolgter Kündigung .....	909
XII. Vorzeitige Beendigung eines Franchise-Vertrages aus anderen Gründen .....	909
1. Sonderkündigungsrechte .....	910
2. Strukturkündigung .....	910
XIII. Vertragsverlängerungsanspruch des Franchise-Nehmers .....	910
XIV. Fristlose Kündigung und Wegfall der Geschäftsgrundlage .....	911
XV. Der Anlauf- oder Investitionsschutz des Franchisenehmers .....	912
1. Das Ordnungsanliegen .....	912
2. Dogmatisch-konstruktive Begründung .....	913
3. Kritische Würdigung .....	915
4. Investitionserstattungsanspruch .....	916
XVI. Der Auslauf- oder Umstellungsschutz des Franchisenehmers .....	917
1. Das Diskriminierungsverbot als Rechtsgrundlage .....	917
2. Wettbewerbsschutz und Sozialschutz .....	918
3. Inhaltliche und zeitliche Kündigungsschranken .....	919
4. Die Hemmung des Wirksamwerdens der Kündigung .....	921
5. Prozessuale Durchsetzung .....	922
XVII. Die nachvertragliche Abwicklung von Franchiseverträgen .....	923
1. Nachvertragliche Vergütungsansprüche des Franchisenehmers ...	923
2. Rückerstattung von Eintrittsgebühren .....	923
3. Rückgaberecht für Vertragsware und Ersatzteile .....	926
4. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot .....	927
5. Abwerbverbot .....	929
6. Herausgabe des angemieteten Ladenlokals .....	930
XVIII. Der Goodwill-Ausgleichsanspruch des Franchisenehmers analog § 89b HGB .....	930
1. Die Rechtsnatur des § 89b HGB .....	930
2. Analogievoraussetzungen .....	932
3. Die a-fortiori-Anwendung des § 89b HGB .....	934
4. Entwicklungstendenzen in der Rechtsprechung .....	936
5. Die Bemessung des Ausgleichsanspruchs .....	938
6. Ausschluss des Ausgleichsanspruches .....	940
7. Die Abwälzung des Ausgleichsanspruchs .....	940
§ 30. Internationales Franchiserecht .....	943
I. Einführung in das Internationale Franchise-Recht .....	944
1. Vertragsgestaltungen .....	944
2. Internationalisierung von Franchise-Systemen .....	949
3. Rechtsgrundlagen des Internationalen Franchise-Rechts .....	953
4. Einzelfragen des Internationalen Franchise-Rechts .....	977
5. Vorvertragliche Aufklärung im internationalen Vergleich .....	985
II. Länderberichte .....	989
1. Einleitung .....	989
2. Übersicht .....	990
§ 31. Franchise-Recht und Sozialrecht .....	994
I. Einleitung .....	994

II. Abgrenzung Selbständiger/Arbeitnehmer .....	994
1. Überblick .....	994
2. Entwicklung in der Rechtsprechung .....	996
3. Franchise-Nehmer als Soloselbständiger .....	999
4. Sozialversicherungspflicht einer Ein-Personen-Kapitalgesellschaft ..	1000
5. Rechtsinstitut des Fingierten Arbeitsverhältnisses .....	1002
6. Franchise-Nehmer als Scheinselbständige .....	1003
III. Kriterienkatalog gemäß § 7 Abs. 4 SGB IV aF .....	1006
IV. Rentenversicherungspflicht selbständiger Solo-Franchise-Nehmer gem. § 2 Nr. 9 SGB VI .....	1007
V. Rentenversicherungspflicht von GmbH-Gesellschafter- Geschäftsführern .....	1008
VI. Gestaltungshinweise .....	1009

## 7. Kapitel. Online-Vertrieb

§ 32. E-Commerce .....	1011
I. Einleitung .....	1012
II. Allgemeine rechtliche eCommerce-Anforderungen .....	1013
1. eCommerce-Angebot – Allgemeines zum Vertragsabschluss über das Internet .....	1013
2. Vertragsschluss mit Verbrauchern im eCommerce (B2C) .....	1017
3. Vertragsbeendigung .....	1019
III. Ausgewählte besondere rechtliche Aspekte im eCommerce .....	1027
1. Datenschutzrechtliche Aspekte .....	1027
2. Marken- und urheberrechtliche Aspekte .....	1032
3. Unlauterer Wettbewerb .....	1037
§ 33. Smart Contracts im Vertriebsrecht .....	1041
I. Einleitung .....	1041
II. Smart Contracts im Allgemeinen .....	1041
1. Begriff und Ursprünge .....	1042
2. Technologieneutralität .....	1042
3. Grenzen .....	1043
4. Zentrales Charakteristikum: Vertragsvollzug, nicht Vertragsabschluss? .....	1043
5. Smart Contracts: weder Smart, noch Contracts .....	1044
III. Smart Contracts im Vertriebsrecht .....	1044
1. Drei-Personen-Konstellationen; das entscheidende Verhältnis ....	1044
2. Vertragstypologische Einordnung der Vertriebsverhältnisse .....	1045
3. Vertriebsrechtliche Smart Contracts .....	1047
4. Belieferungsvertrag und Vertragshändlervertrag .....	1048
IV. Fazit .....	1049
§ 34. Mediation und Online-Schlichtung .....	1050
I. Einleitung .....	1050
II. Private Streitbeilegungsmechanismen großer Plattformen .....	1054
1. eBay und PayPal .....	1054
2. Amazon .....	1056
3. Sonstige Plattformen und digitale Konfliktlösungstools .....	1057
III. Die P2B-Verordnung .....	1057
1. Verpflichtete nach der P2B-VO .....	1058
2. Verpflichtungen nach der P2B-VO .....	1059
3. Internes Beschwerdemanagement, Art. 11 P2B-VO .....	1060
4. Mediation, Art. 12 und 13 P2B-VO .....	1061

IV. Online-Streitbeilegung durch Gerichte .....	1062
1. § 15a EGZPO .....	1062
2. §§ 278, 278a ZPO .....	1062
V. ADR-Richtlinie und VSBG .....	1063
1. ADR-Richtlinie .....	1063
2. Verbraucherstreitbeilegungsgesetz – VSBG .....	1064
VI. ODR-Verordnung .....	1065
<b>8. Kapitel. Sonstige Vertriebsverträge und Regelungstypen</b>	
§ 35. Fachhändlervertrag .....	1067
I. Wirtschaftliche Bedeutung der Fachhandelsbindung .....	1069
II. Abschluss und Inhalt von Fachhändlerverträgen .....	1071
1. Der Fachhändlervertrag als Vertrag sui generis .....	1071
2. Formbedürftigkeit des Fachhändlervertrages? .....	1074
3. Anfechtung gem. §§ 119, 123 BGB .....	1079
4. Sittenwidrigkeitskontrolle von Fachhändlerverträgen gem. § 138 BGB .....	1081
5. Fachhändlerverträge und Allgemeine Geschäftsbedingungen .....	1081
6. Fachhändlerverträge und Verbraucherschutz .....	1085
7. Disclosure-Rules bei Fachhändlerverträgen? .....	1088
8. Selbständigkeit des Fachhändlers .....	1090
9. Fachhändlervertrag und Sozialversicherungsrecht .....	1092
III. Die Durchführung von Fachhändlerverträgen .....	1092
1. Fachhändlervertrag als Geschäftsbesorgung? .....	1092
2. Analoge Anwendung handelsrechtlicher Vorschriften auf Fachhändlerverträge .....	1093
3. Fachhändlerverträge und Kartellrecht .....	1094
4. Fachhändlerverträge und Lauterkeitsrecht .....	1101
IV. Die Beendigung von Fachhändlerverträgen .....	1104
1. Die Bedeutung der Vertragsbeendigung für den Fachhändler .....	1104
2. Die Verlängerungsoption und das Recht auf Vertragsfortsetzung .....	1104
3. Die ordentliche Kündigung von Fachhändlerverträgen .....	1106
4. Die außerordentliche Kündigung von Fachhändlerverträgen .....	1107
IVa. Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf Fachhändlerverträge ..	1115
V. Die Rechtsfolgen der Beendigung des Fachhändlervertrages .....	1117
1. Zahlungsansprüche .....	1117
2. Rückgaberecht für Vertragsprodukte .....	1118
3. Know-how-Schutz .....	1118
4. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot .....	1119
5. Verjährung .....	1122
6. Ausgleichsanspruch des Fachhändlers? .....	1122
7. Investitionserstattungsanspruch des Fachhändlers? .....	1123
8. Überhangprovision analog § 87 Abs. 3 HGB .....	1124
§ 36. Kommissionär und Kommissionsagent .....	1125
I. Grundlagen .....	1126
II. Die Grundbegriffe des Kommissionsrechts .....	1127
1. Kommissionär (§ 383 HGB) .....	1127
2. Ausführungsgeschäft .....	1127
3. Rechtsstellung des Kommissionärs .....	1128
4. Eigentümerstellung des Kommissionärs .....	1130
III. Das Kommissionsgeschäft .....	1130
1. Beteiligte Personen .....	1130

2. Das Kommissionsgeschäft als gegenseitiger Vertrag .....	1130
3. Abgrenzung zum Ausführungsgeschäft .....	1131
4. Abgrenzung des Kommissionsgeschäftes gegenüber Absatzmittlungsgeschäften .....	1131
5. Kommissionsgeschäft als Geschäftsbesorgungsvertrag iSd § 675 BGB .....	1133
IV. Ausgestaltung des Kommissionsvertrages .....	1133
1. Kommissionär .....	1133
2. Der Kommittent .....	1137
3. Abschluss des Kommissionsvertrages .....	1138
4. Beendigung des Kommissionsvertrages .....	1139
5. Verjährung von Ansprüchen aus dem Kommissionsvertrag .....	1140
6. Erfüllungsort/Gerichtsstand .....	1140
V. Der Ausführungsvertrag .....	1140
1. Rechtsnatur des Ausführungsvertrages .....	1140
2. Verpflichtung des Kommittenten aus dem Ausführungsgeschäft? ..	1141
3. Kommittentenschutz gem. § 392 Abs. 2 HGB .....	1141
VI. Das Abwicklungsgeschäft .....	1142
1. Grundsätzliches zum Abwicklungsgeschäft .....	1142
2. Konkretisierung des Abwicklungsgeschäftes durch § 384 HGB ..	1142
VII. Selbsteintrittsrecht des Kommissionärs (§ 400 HGB) .....	1142
VIII. Verkaufskommission .....	1143
1. Regelungsinhalt eines Vertrages über eine Verkaufskommission ..	1143
2. Einzelprobleme der Verkaufskommission .....	1143
IX. Einkaufskommission .....	1144
1. Üblicher Regelungsinhalt eines Einkaufskommissionsvertrages ...	1144
2. Einzelprobleme der Einkaufskommission .....	1145
X. Kommissionsgeschäft und Kartellrecht .....	1146
1. Kommissionsgeschäft und § 1 GWB (§ 14 GWB aF) .....	1146
2. Kommissionsgeschäft und § 16 GWB aF .....	1147
3. Gesamtnichtigkeit eines Kommissionsvertrages bei kartellnichtigen Einzelregelungen .....	1147
4. Kommissionsgeschäft und Europäisches Kartellrecht .....	1148
§ 37. Direktvertrieb und Social Selling .....	1149
I. Einordnung und Trends .....	1150
II. Rechtliche Einzelfragen des Direktvertriebs .....	1151
1. Verträge zwischen Direktvertriebsunternehmen und Vertriebspartnern .....	1151
2. Kartellrechtliche Fragen des Direktvertriebs .....	1159
3. Wettbewerbsrechtliche Fragen des Direktvertriebs .....	1166
4. Gewerberechtliche Vorschriften im Direktvertrieb .....	1179
§ 38. Kundenschutzverträge/Schneeballsysteme/Strategische Allianzen .....	1182
I. Kundenschutzverträge .....	1183
1. Wirtschaftliche Bedeutung von Kundenschutzvereinbarungen ...	1183
2. Rechtliche Einzelfragen zu Kundenschutzvereinbarungen .....	1184
II. Schneeballsysteme .....	1190
1. Schneeballsysteme als Vertriebssysteme .....	1190
2. Sozialschädlichkeit der progressiven Kundenwerbung .....	1191
3. Einzelfragen bei Schneeballsystemen .....	1191
III. Strategische Allianzen .....	1200
1. Strategische Allianzen als Kooperationsverträge .....	1200
2. Strategische Allianzen und Kartellrecht .....	1200
3. Strategische Allianzen und Zivilrecht .....	1202

4. Folgen der Beendigung strategischer Vereinbarungen .....	1204
§ 39. Vertriebliche Verbundgruppen .....	1205
Vorbemerkung .....	1206
I. Erscheinungsformen und wirtschaftliche Bedeutung der Verbundgruppen .....	1206
1. Begriffsbestimmung .....	1206
2. Abgrenzung der Verbundgruppen von weiteren Kooperationsformen .....	1207
3. Wirtschaftliche Bedeutung der Verbundgruppen .....	1208
II. Gesellschaftsrechtliche Strukturen der Verbundgruppen .....	1209
1. Eingetragene Genossenschaft .....	1209
2. Gesellschaft mit beschränkter Haftung .....	1210
3. GmbH 1211	
4. Aktiengesellschaft .....	1211
III. Zivilrechtliche Aspekte .....	1211
1. Geschäftsarten der Verbundgruppen .....	1211
2. Allgemeines zu den Vertragsverhältnissen zwischen Verbundgruppe, Mitgliedern und Lieferanten .....	1213
3. Rechtliche Einordnung der Geschäfte zur Warenbeschaffung ....	1216
4. Besonderheiten der Zentralregulierung mit Delkredereversprechen .....	1221
5. Weitere Leistungen der Verbundgruppen .....	1222
6. „Verbundgruppenfranchising“ .....	1223
IV. Kartellrechtliche Aspekte .....	1224
1. Verträge der Verbundgruppen als horizontale Vereinbarungen ...	1225
2. Verträge der Verbundgruppen als vertikale Vereinbarungen ....	1226
§ 40. Rahmenlieferverträge .....	1230
I. Einleitung .....	1230
II. Begriff des Rahmenliefervertrags und Abgrenzung zu anderen Vertragstypen .....	1232
1. Merkmale und Typen von Rahmenlieferverträgen .....	1232
2. Abgrenzung des Rahmenliefervertrags von anderen Rechtsinstituten .....	1239
III. Wesentlicher Inhalt von Rahmenlieferverträgen und rechtliche Probleme im unternehmerischen Verkehr .....	1240
1. Verpflichtung zum Abschluss von Ausführungsverträgen .....	1241
2. Anpassung der Preise .....	1249
3. Typische Klauseln in Rahmenlieferverträgen zwischen Unternehmern und ihre Wirksamkeit nach dem AGB-Recht ...	1261
4. Rechtswahlklauseln und Gerichtsstandsvereinbarungen .....	1277
5. Der Rahmenliefervertrag in der Insolvenz .....	1279
§ 41. Influencer-Verträge .....	1281
I. Das Geschäftsmodell des Influencer-Marketings .....	1282
II. Vertragliche Einordnung von „Influencer-Verträgen“ .....	1283
III. Werbliche Kennzeichnungspflichten .....	1283
1. Lauterkeitsrechtliche Kennzeichnungspflichten .....	1283
2. Medienrechtliche Kennzeichnungspflichten .....	1294
<b>9. Kapitel. Vertriebskartellrecht</b>	
§ 42. Die kartellrechtliche Beurteilung vertikaler Wettbewerbsbeschränkungen ..	1297
I. Grundlagen .....	1299
1. Anwendbarkeit des Art. 101 AEUV/§ 1 GWB .....	1299

2. Tatbestandsimmanente Ausnahmen .....	1300
3. Rechtsfolgen .....	1302
II. Die Vertikal-GVO .....	1303
1. Allgemeines .....	1303
2. Anwendungsbereich .....	1307
3. 30 %-Marktanteilsschwelle, Art. 3 Vertikal-GVO iVm Art. 8 Vertikal-GVO .....	1309
4. Kernbeschränkungen, Art. 4 Vertikal-GVO .....	1310
5. Nicht freigestellte Wettbewerbsbeschränkungen, Art. 5 Vertikal- GVO .....	1317
III. Vertikale Beschränkungen im Zivilprozess .....	1320
1. Zuständiges Gericht .....	1320
2. Darlegungs- und Beweislast .....	1320
3. Einbeziehung der Kartellbehörden .....	1322
§ 43. Ausgewählte Vertriebsformen und kartellrechtliche Problemkreise .....	1324
I. Vertikale Vereinbarungen außerhalb der Vertikal-GVO .....	1325
1. Konstellationen .....	1325
2. Alleinbezug .....	1326
3. Alleinvertrieb .....	1328
4. Selektiver Vertrieb .....	1329
5. Alleinbelieferung .....	1331
6. Kopplungsbindung .....	1332
II. Internetvertrieb .....	1333
1. Einleitung .....	1333
2. Verbot des Onlinevertriebs .....	1333
3. Ausschluss reiner Internethändler .....	1335
4. Begrenzung der Onlineverkäufe .....	1335
5. Finanzielle Anreize für Offlineverkäufe .....	1336
6. Unterbindung aktiver Onlinewerbung .....	1336
7. Qualitätsanforderungen an Händler-Onlineshops .....	1337
8. Drittplattformverbote .....	1337
9. Verbot der Kooperation mit Preisvergleichsportalen .....	1339
III. Lieferverweigerung .....	1340
1. Normadressaten .....	1340
2. Sachliche Rechtfertigung .....	1341
§ 44. Geoblocking .....	1343
I. Einleitung .....	1343
II. Die Geoblocking-Verordnung .....	1343
1. Anwendungsbereich .....	1344
2. Diskriminierungsverbote der Geoblocking-VO .....	1344
3. Vereinbarungen über den passiven Verkauf, Art. 6 Geoblocking- VO .....	1347
4. Sanktionen .....	1347
5. Ausblick .....	1347
§ 45. Rabatt- und Bonusgestaltung im Vertrieb .....	1349
I. Überblick .....	1351
1. Begriffe .....	1351
2. Erscheinungsformen von Rabatten und Boni im Überblick .....	1352
II. Rabatte und Kartellverbot .....	1353
1. Verbotene Absprachen und abgestimmte Verhaltensweisen über Rabatte .....	1353
2. Verbotener Informationsaustausch über Rabatte .....	1354

3. Verbotene Preisbindung der zweiten Hand .....	1355
4. Beschränkung von Vertriebswegen, insbes. des Internetvertriebs, durch Rabattgestaltung .....	1356
III. Kartellrechtliche Anforderungen an die Rabatt- und Bonusgestaltung marktbeherrschender und marktmächtiger Unternehmen im Überblick .....	1356
1. Überblick .....	1356
2. Anwendbares Recht .....	1357
3. Die einzelnen Tatbestandsmerkmale .....	1357
4. Rechtsfolgen, Darlegungs- und Beweislast .....	1361
IV. Behinderungsmisbrauch durch Rabatt- und Bonusgestaltung gegenüber Wettbewerbern .....	1363
1. Kartellrechtlich unbedenkliche Formen von Rabatten und Boni ..	1364
2. Mengenrabatte und -boni .....	1365
3. Rabatte mit insbes. Treuerabatte und -boni .....	1366
4. Weitere Fallgruppen per se unzulässiger Rabatte und Boni .....	1374
5. Schlussfolgerungen aus der aktuellen Rechtsprechung und verbleibende Rechtfertigungsmöglichkeiten .....	1375
6. Koppelungsrabatte .....	1376
V. Missbräuchliche Rabatt- und Bonusgestaltung gegenüber Abnehmern oder Lieferanten .....	1377
1. Diskriminierungsmisbrauch .....	1377
2. Behinderungsmisbrauch gegenüber Abnehmern .....	1379
<b>10. Kapitel. Ausgewählte Fragen aus dem gewerblichen Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht im Vertrieb</b>	
§ 46. Das Recht des unlauteren Wettbewerbs .....	1385
I. Einleitung .....	1389
II. Werbung mit modernen Kommunikationstechniken .....	1389
1. Telefonwerbung .....	1389
2. Telefaxwerbung .....	1398
3. E-Mail sowie SMS-Werbung (elektronische Post) .....	1400
4. Internet-Werbung .....	1403
III. Unlautere Preisunterbietung .....	1409
1. Prinzipielle Freiheit der Preisunterbietung .....	1409
2. Behinderung individueller Marktteilnehmer .....	1409
3. Marktstörende Preissenkungen .....	1416
4. Zugaberecht .....	1422
IV. Schutz von Vertriebsbindungen .....	1424
1. Begriff und Zulässigkeit .....	1424
2. Grundsätze des wettbewerbsrechtlichen Vertriebsbindungsschutzes .....	1425
3. Einzelheiten zu den Ansprüchen .....	1427
4. Anhang: Kontrollnummern .....	1432
§ 47. Gewerblicher Rechtsschutz: Zeichenrechtliche Probleme beim Vertrieb von Markenware .....	1434
I. Einführung .....	1435
II. Rechtliche Implikationen des Zeichenschutzes .....	1436
III. Erschöpfung zeichenrechtlicher Befugnisse .....	1438
IV. Nationales Markenrecht im grenzüberschreitenden Vertrieb .....	1443
1. Allgemeine Grundsätze .....	1443

2. Der gemeinschaftsweite Vertrieb von Markenware .....	1446
3. Beweislast für internationale und gemeinschaftsweite Erschöpfung .....	1451
V. Anhang: Europäisches Markenrecht .....	1453
1. Grundlagen des Gemeinschaftsmarkenrechts .....	1453
2. Erwerb und Verfahren .....	1454
§ 48. Wettbewerbsrechtliche (lauterkeitsrechtliche) Fragen beim Influencer-Marketing und Einsatz von Kundenbewertungen .....	1455
I. Lauterkeitsrechtliche Fragen beim Influencer-Marketing .....	1456
1. Einleitung .....	1456
2. Influencer im Anwendungsbereich des UWG – die Rechtsprechung des BGH .....	1457
II. Lauterkeitsrechtliche Vorgaben beim Einsatz von Kundenbewertungen im Internet-Vertrieb .....	1468
1. Rechtsprechung zu Kundenbewertungen .....	1468
2. Neue Informationsvorschriften zu Kundenbewertungen .....	1469
 <b>11. Kapitel. Datenschutz und Datensicherheit im Vertriebsrecht</b>	
§ 49. Bedeutung des Datenschutzes für das Vertriebsrecht .....	1475
I. Daten und Datenschutz .....	1476
1. Datenschutzrecht .....	1476
2. Daten als Wirtschaftsgut .....	1477
3. Bedeutung des Datenschutzes für Vertriebssysteme .....	1480
II. Relevante Bereiche der Datenverarbeitung .....	1480
1. Kundendatenschutz .....	1480
2. Datenschutz im Verhältnis zu Lieferanten .....	1481
3. Mitarbeiterdatenschutz .....	1482
§ 50. Datenschutz in Deutschland und Europa .....	1483
I. Regulatorischer Rahmen .....	1485
1. Datenschutz-Grundverordnung .....	1485
2. Nationale Umsetzung .....	1486
3. Spezialgesetzliche Bestimmungen .....	1486
II. Anwendungsbereich der DS-GVO .....	1487
1. Sachlicher Anwendungsbereich .....	1487
2. Räumlicher Anwendungsbereich .....	1489
3. Adressat der DS-GVO .....	1489
III. Grundsätze der Datenverarbeitung .....	1490
1. Rechtmäßigkeit und Fairness .....	1490
2. Zweckbindung .....	1491
3. Datenminimierung .....	1491
4. Rechenschaftspflicht .....	1492
IV. Rechtsgrundlagen der Datenverarbeitung .....	1493
1. Einwilligung in die Datenverarbeitung .....	1493
2. Datenverarbeitung zur Vertragserfüllung .....	1496
3. Rechtliche Verpflichtungen .....	1496
4. Lebenswichtige Interessen und öffentliche Aufgaben .....	1497
5. Interessenabwägung .....	1497
6. Verarbeitung von Mitarbeiterdaten .....	1498
7. Verarbeitung von besonderen Kategorien von Daten .....	1499
V. Selbstkontrolle im Datenschutzrecht .....	1499
1. Datenschutzbeauftragter .....	1499
2. Verhaltensregeln .....	1504
3. Zertifizierungen .....	1504

VI. Zusammenarbeit bei der Datenverarbeitung .....	1505
1. Auftragsverarbeitung .....	1505
2. Gemeinsame Verantwortlichkeit .....	1507
3. Echte Datenübermittlung .....	1508
VII. Betroffenenrechte .....	1509
1. Information .....	1509
2. Auskunft .....	1513
3. Berichtigung .....	1515
4. Löschung .....	1515
5. Datenübertragbarkeit .....	1516
6. Widerspruchsrecht .....	1517
VIII. Aufsicht und Kontrolle .....	1518
1. Melde- und Benachrichtigungspflichten .....	1518
2. Aufsichtsbehörden .....	1520
IX. Sanktionen und Haftung .....	1521
1. Schadensersatz .....	1521
2. Geldbußen .....	1523
3. Konkurrenz zur anderweitigen Rechtsdurchsetzung .....	1524
§ 51. Internationales Datenschutzrecht .....	1526
I. Ausgangslage .....	1527
1. Besondere Anforderungen im internationalen Kontext .....	1527
2. Rechtmäßigkeitsprüfung bei Drittlandbezug .....	1528
3. Wechselwirkung mit internationalen Entwicklungen .....	1529
II. Anwendungsbereich .....	1530
1. Räumlicher Anwendungsbereich der DS-GVO .....	1530
2. Datenübermittlung in ein Drittland .....	1532
3. Auftragsverarbeitung mit Drittstaatenbezug .....	1532
4. Datenaustausch innerhalb von Vertriebsstrukturen .....	1534
III. Rechtmäßigkeitsanforderungen .....	1534
1. Angemessenheitsbeschluss .....	1534
2. Binding Corporate Rules gem. Art. 47 DS-GVO .....	1538
3. Standardvertragsklauseln .....	1541
4. Genehmigte Verhaltensregeln .....	1543
5. Genehmigte Zertifizierungsmechanismen .....	1544
6. Ausnahmetatbestände .....	1545
IV. Drittstaatliche Anordnungen oder Urteile .....	1549
1. Reichweite und Hintergrund von Art. 48 DS-GVO .....	1549
2. Verhältnis zum amerikanischen Cloud-Act .....	1549
3. Treuhänder-Modelle .....	1550
§ 52. Einzelaspekte des Datenschutzes .....	1552
I. Kundendaten in Vertriebssystemen .....	1553
1. Interessenten- und Kundendatenbanken .....	1554
2. Kundenbindungssysteme .....	1559
3. Praktische Empfehlung .....	1559
II. Mitarbeiterdatenschutz .....	1560
1. Recruiting .....	1560
2. Personalverwaltung .....	1561
III. Interessenkonflikte bei Vertriebssystemen .....	1561
1. Interessenkonflikte .....	1561
2. Gemeinsamer Datenschutzbeauftragter .....	1562
IV. Verantwortlichkeit bei Vertriebssystemen .....	1564
1. Verantwortlichkeit im Außenverhältnis .....	1564
2. Verantwortlichkeit im Innenverhältnis .....	1564

V. Sanktionierung bei Vertriebssystemen .....	1565
1. Zuständigkeit der Aufsichtsbehörden .....	1566
2. Bußgeldbemessung bei Vertriebssystemen .....	1566
§ 53. Datennutzungsverträge .....	1569
I. Einleitung .....	1570
1. Die Relevanz von Daten .....	1570
2. Erste regulatorische Ansätze zur Datenökonomie .....	1571
3. Rechtlicher Schutz von Daten .....	1572
4. Konsequenz des Fehlens eines Rechts an Daten .....	1573
II. Gegenstand des Datennutzungsvertrags .....	1574
1. Bestimmung des Begriffs eines Datenpools .....	1574
2. Zivilrechtliches Vermögensrecht an Daten? .....	1574
III. Ausgestaltung des Datennutzungsvertrags .....	1577
1. Rechtsnatur des Datennutzungsvertrags .....	1577
2. Vertragliche Regelungen in Datennutzungsverträgen .....	1578
§ 54. Datensicherheit .....	1584
I. Gegenstand der Datensicherheit .....	1585
1. Abgrenzung zum Datenschutzrecht .....	1585
2. Rechtliche Anknüpfung der Datensicherheit .....	1585
3. Dokumentation .....	1586
II. Maßnahmen der Datensicherheit .....	1587
1. Pseudonymisierung und Verschlüsselung .....	1587
2. Vertraulichkeit der Datenverarbeitung .....	1588
3. Integrität der Datenverarbeitung .....	1590
4. Zweckbindung und Trennungsgebot .....	1590
5. Verfügbarkeit von Daten .....	1591
6. Belastbarkeit der Systeme und Dienste .....	1591
7. Wiederherstellung von Daten .....	1591
8. Überprüfung, Bewertung und Evaluation .....	1592
9. Zertifizierungen und Audits .....	1592
10. Unterweisung der Mitarbeiter .....	1592
III. Einheitliche Standards bei Vertriebssystemen .....	1594
1. Definition einheitlicher Standards .....	1594
2. Sicherstellung und Überprüfung .....	1594

## **12. Kapitel. Branchenspezifische Besonderheiten im Vertriebsrecht**

§ 55. Automobile (unter Einschluss der Kfz- und Vertikal-GVO) .....	1597
I. Der Automobilvertrieb als Schrittmacher .....	1598
II. Die Vertriebsstrukturen in Deutschland .....	1599
1. Vertriebsorganisationen im Überblick .....	1599
2. Die Vertriebsstrukturen in Zahlen .....	1600
3. Fallbeispiele für Vertriebssysteme .....	1601
4. Alternative Absatzmechanismen .....	1603
5. Konzentrationstendenzen .....	1604
III. Das Internet im Neuwagenvertrieb .....	1605
IV. Bewegung vom Franchising zum Vertragshandel? .....	1606
V. Einzelne Rechtsfragen .....	1608
1. Kündigung von Vertriebsverträgen bei Neufassung der Gruppenfreistellungsverordnung .....	1608
2. Der Ausgleichsanspruch analog § 89b HGB .....	1609
3. AGB-Kontrolle von Vertriebsverträgen .....	1611

VI. Einflüsse und Entwicklungen des Unionsrechts .....	1612
1. Überblick und System der Gruppenfreistellung .....	1612
2. Europäisches Privatrecht .....	1612
3. Von CARS 21 zu CARS 2020 .....	1613
4. Übergang von der sektorspezifischen Kfz-GVO 2002 zur Vertikal-GVO 2010 .....	1613
5. Die Gruppen- und Einzelfreistellung im Neuwagenselektivvertrieb nach der Vertikal-GVO 2010 .....	1614
6. Neuerungen der Vertikal-GVO 2022 .....	1617
VII. Entwicklungsszenarien im Automobilvertrieb .....	1618
1. Ausbau des Mehrmarkenvertriebs .....	1618
2. Fortsetzung der Konsolidierungstendenzen .....	1619
3. Das Internet als Vertriebsweg .....	1619
4. Rückwärtsintegration? .....	1619
§ 56. Computer und Software .....	1621
I. Überblick .....	1623
1. Definition des Begriffes „Software“ .....	1624
2. Besonderheiten beim Vertrieb von Software .....	1624
3. Vertriebsformen .....	1625
II. Rahmenbedingungen für den Software-Vertrieb .....	1627
1. Software als urheberrechtlich geschützter Gegenstand .....	1627
2. Vertragstypologische Einordnung der Softwareüberlassung .....	1628
3. Software als digitales Produkt iSv §§ 327 ff. BGB und Computer als Ware mit digitalen Elementen iSv §§ 475b Abs. 1 iVm 327a Abs. 3 BGB .....	1634
4. Einbeziehung der Lizenzbedingungen des Softwareherstellers ....	1647
5. Wirksamkeit von Verwendungsbeschränkungen, insbes. unter Anwendung der Regelungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (§§ 305 ff. BGB) .....	1650
III. Gemeinsamer Vertrieb von Computer und Software .....	1657
1. Koppelung des Softwarevertriebes an den Bezug eines Computers .....	1657
2. Koppelung der Gewährleistungsregeln .....	1659
IV. Software als „KI-System“: EU-Regulierung von Künstlicher Intelligenz .....	1659
1. Begriff von „KI-System“ iSv Art. 3 Nr. 1 KI-VO-E .....	1660
2. Risikobasierter Regelungsansatz und Zertifizierung als Kernelemente des KI-VO-E .....	1660
3. Softwarespezifische Anforderungen an Hochrisiko-KI-Systeme gem. Art. 9–15 KI-VO-E .....	1661
4. Die europarechtlichen haftungsrelevanten Entwicklungen in Bezug auf (KI-)Software im Überblick .....	1662
§ 57. Ausgewählte Finanz- und Wertpapierdienstleistungen .....	1665
I. Aufsichtsrecht .....	1666
1. Begriffsbestimmungen und Abgrenzung .....	1666
2. Aufsichtsbehörden .....	1671
3. Erlaubnisvorbehalt .....	1676
4. Pflichtenbindung .....	1681
5. Informationsmodell .....	1706
6. Straftaten und Ordnungswidrigkeiten .....	1734
II. Zivilrecht .....	1737
1. Begriffsbestimmungen und Abgrenzung .....	1737

## Inhaltsverzeichnis

---

2. Haftung .....	1756
3. Verfahren .....	1785
III. Ausblick .....	1791
§ 58. Versicherungs- und Bausparkassenvertrieb .....	1794
I. Recht des Versicherungs- und Bausparkassenvertreters .....	1795
1. Entstehungsgeschichte .....	1795
2. Zweck und Inhalt .....	1796
3. Parallele ergänzende Regelungen .....	1796
II. Erlaubnispflicht und -inhalt (Abs. 1) .....	1797
1. Erlaubnispflichtige Tätigkeit: Versicherungsvermittlung .....	1797
2. Erlaubnispflichtige Personen: Versicherungsvertreter und Versicherungsmakler (Versicherungsvermittler) .....	1799
3. Gewerbsmäßigkeit .....	1802
4. Erlaubnis mit Beschränkungen und Auflagen .....	1803
5. Erlöschen der Erlaubnis .....	1803
III. Versicherungsberater (Abs. 2) .....	1803
1. Versicherungsberater und Versicherungsberatung .....	1803
2. Vergütung des Versicherungsberaters .....	1804
IV. Verbot der Doppelerlaubnis (Abs. 3) .....	1804
V. Inhaltliche Beschränkungen, Auflagen (Abs. 4) .....	1805
VI. Erlaubnisvoraussetzungen, Versagungsgründe (Abs. 5) .....	1805
1. Zuverlässigkeit .....	1805
2. Geordnete Vermögensverhältnisse .....	1806
3. Berufshaftpflichtversicherung .....	1807
4. Sachkunde .....	1807
VII. Erlaubnisbefreiung für produktakzessorische Vermittler (Abs. 6) .....	1808
1. Voraussetzungen der Erlaubnisbefreiung .....	1808
2. Wahlmöglichkeiten .....	1809
VIII. Gebundene Versicherungsvertreter (Abs. 7) .....	1809
1. Voraussetzungen der Erlaubnisfreiheit .....	1809
2. Ventilgeschäfte, Wahlmöglichkeit .....	1810
IX. Ausländische Vermittler (Abs. 7 Nr. 2) .....	1811
X. Ausnahmen für Kleinversicherungen und andere Zusatzversicherungen (Abs. 8) .....	1811
1. Bagatellvermittler .....	1811
2. Vermittlung von Bausparverträgen und von Restschuldsicherungen .....	1812
XI. Qualifikation von angestellten Vermittlern (Abs. 9) .....	1812
XII. Registereintragung (Abs. 10) .....	1812
XIII. Bekanntmachung von Entscheidungen (Abs. 11) .....	1813
XIV. Verfahren für Hinweisgeber (Abs. 12) .....	1813
§ 59. Tankstellenmarkt .....	1814
I. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen .....	1816
1. Marktstruktur .....	1816
2. Geschäftsbereiche .....	1818
3. Betreibermodelle .....	1820
4. Kraftstoffpreise .....	1820
II. Rechtliche Rahmenbedingungen .....	1822
1. Verordnung über die Beschaffenheit und die Auszeichnung der Qualitäten von Kraft- und Brennstoffen – 10. BImSchV .....	1822
2. Treibhausgasemissionen .....	1824
3. Preisangabenverordnung .....	1826
4. Ladenschlusszeiten .....	1829

5. Handelsvertreterrichtlinie .....	1833
6. Verhaltenskodex .....	1833
III. Bundesautobahntankstellen .....	1834
1. Einführung .....	1834
2. Autobahn GmbH .....	1835
3. Konzessionen .....	1836
4. Vergabe der Vertriebsrechte durch Tank 1839 .....	
5. Rechtsverhältnisse mit den Betreibern .....	1844
6. Haftungsfragen .....	1844
IV. Kartellrechtliche Fragestellungen .....	1845
1. Marktabgrenzung .....	1845
2. Marktbeherrschung .....	1851
3. Preisabsprache .....	1854
4. Preismissbrauch .....	1855
5. Verdrängungspreise .....	1855
6. Handelsvertreter .....	1861
7. Verhältnis zum Tankstellenpächter .....	1869
8. Sektoruntersuchung .....	1870
9. Markttransparenzstelle .....	1872
V. Tankstellenvertrag .....	1875
1. Vertriebskonzepte und Vertragstypus .....	1875
2. Handelsvertreterverhältnis (insbes. Kraftstoffgeschäft) .....	1878
3. Eigengeschäft (insbes. Shop- und Waschgeschäft) .....	1893
4. Einstandszahlungen .....	1894
5. Laufzeiten und Kündigungen .....	1896
6. Schadensersatz wegen unzureichender Geschäftsplanung .....	1900
VI. Markenhändlervertrag .....	1901
VII. Der Ausgleichsanspruch (§ 89b HGB) .....	1901
1. Grundlagen .....	1901
2. Beendigung des Handelsvertreterverhältnisses .....	1903
3. Erhebliche Vorteile des Unternehmers .....	1907
4. Werben neuer Kunden .....	1919
5. Billigkeit .....	1920
6. Abzinsung .....	1923
7. Umsatzsteuer .....	1924
8. Höchstgrenze (Kappungsgrenze) .....	1925
9. Bundesautobahntankstellen .....	1925
10. Musterrechnung .....	1926
11. Ausschlussfrist .....	1927
12. Kein Ausschluss im Voraus .....	1927
13. Ausgleichsanspruch im Shopgeschäft .....	1927
14. Ausgleichsanspruch im Waschgeschäft .....	1929
VIII. Die Rechtsverhältnisse mit den Kunden .....	1931
1. Handelsvertretergeschäft .....	1931
2. Eigengeschäft .....	1931
3. Haftungsfragen .....	1932
IX. Arbeitsrechtliche Themen .....	1936
1. Allgemeines .....	1936
2. Betriebsübergang .....	1937
3. Beschäftigung nahestehender Personen .....	1937
X. Markenauftritt .....	1938
1. Wort-/Bildmarke .....	1938
2. Farbmarke .....	1939

§ 60. Vertrieb von Verlagserzeugnissen	1941
I. Einleitung	1942
II. Der Buchhandel	1942
1. Geschichte	1942
2. Wirtschaftliche Bedeutung	1944
3. Grundlagen des Deutschen Buchhandels	1944
4. Die Vertriebswege	1946
III. Verlagserzeugnisse	1947
1. Verlagserzeugnisse im engen Sinn	1947
2. Verlagserzeugnisse im weiten Sinn	1947
3. Druckwerke, Druckschriften	1947
4. Online-Datenbanken	1948
IV. Die verschiedenen Ausgaben eines Verlagserzeugnisses	1948
1. Auflage, Ausgabe, Ausstattung	1948
2. Vergabe von ISBN	1948
3. Parallelausgaben	1949
V. Die Wertschöpfungskette Autor – Verlag – Zwischenhandel – Sortiment – Endkunde	1949
1. Das Verhältnis Autor – Verlag	1949
2. Das Verhältnis Verlag – Handel	1950
VI. Das Internet als Informationsmedium und Vertriebsweg	1951
1. Möglichkeiten des Direktvertriebs	1952
2. Buchsuche	1953
3. Funktionen des Handels	1953
VII. Vertriebsrechtliche Rahmenbedingungen	1953
1. Die Pressefreiheit als verfassungsrechtlicher Rahmen	1953
2. Kartellrecht	1954
3. Rabatte und Zugaben	1954
4. Titelschutzrecht	1955
5. Fernabsatzrecht und Verbraucherkreditrecht	1955
§ 61. Arzneimittelvertrieb	1956
I. Überblick	1957
1. Einführung	1957
2. Begriffsbestimmungen	1957
II. Regulatorische Aspekte	1962
1. Zulassung	1962
2. Abgabe von Arzneimitteln, Preisbildung und Vertriebsstrukturen	1968
III. Ausgewählte vertriebsrechtliche Fallgestaltungen	1976
1. Rabattverträge zwischen Herstellern und Krankenkassen	1976
2. Co-Promotion/Co-Marketing	1979
3. „Early Entry“	1980
4. Parallelimport von Arzneimitteln	1981
5. Werbung für Arzneimittel	1983
6. Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen Apotheken und Einzelhändlern	1986
7. Gutscheinsysteme zur Verkaufsförderung verschreibungspflichtiger Arzneimittel	1987
8. Arzneimittelrechtliche Haftung	1989
§ 62. Bier und alkoholfreie Getränke	1992
I. Der Gesamtmarkt im Überblick	1996
1. Der deutsche Biermarkt	1996
2. Der Pro-Kopf-Verbrauch	1997
3. Der Gastronomiemarkt	1997

4. Vertriebsstrukturen .....	1998
5. Der Markt der alkoholfreien Getränke .....	1998
II. Die Rechtsnatur des Getränkelieferungsvertrags .....	1999
1. Der Getränkelieferungsvertrag als gemischter Vertrag .....	1999
2. Der Getränkelieferungsvertrag als Rahmenvertrag .....	1999
3. Die Rückabwicklung eines Getränkelieferungsvertrags .....	2000
4. Der Getränkelieferungsvertrag als Dauerschuldverhältnis .....	2000
III. Der Abschluss von Getränkelieferungsverträgen .....	2001
1. Das Schriftformerfordernis .....	2001
2. Die Sittenwidrigkeitskontrolle .....	2003
3. AGB-rechtliche Überprüfung .....	2007
4. Der Verbraucherschutz .....	2010
IV. Der Verbraucherdarlehensvertrag .....	2017
1. Begriff und Abgrenzung .....	2017
2. Das entgeltliche Darlehen .....	2017
3. Die vorvertragliche Informationspflicht .....	2022
4. Der notwendige Vertragsinhalt .....	2025
5. Rechtsfolgen und Heilung von Form- und Inhaltsmängeln .....	2034
6. Das Recht zum Widerruf .....	2037
7. Die Information über das Widerrufsrecht .....	2045
8. Die Widerrufsbelehrung .....	2049
V. Der Getränkelieferungsvertrag .....	2060
1. Inhalt des Getränkelieferungsvertrags .....	2060
2. Die Laufzeit von Bezugsverpflichtungen .....	2063
3. Der Anschlussvertrag .....	2067
4. Die Laufzeit nach Europarecht .....	2069
5. Laufzeit und Kartellrecht .....	2075
6. Schadensersatz .....	2076
7. Vertragsstrafe .....	2078
8. Mindestabnahme .....	2080
9. Kündigung .....	2082
10. Übertragungsrecht des Getränkelieferanten .....	2087
11. Geschäftsnachfolge .....	2089
§ 63. Sportrechtevertrieb .....	2092
I. Begrifflichkeit .....	2093
II. Erlöse des Sportrechtevertriebs .....	2094
III. Befugnis zur Vergabe von Sportrechten .....	2096
1. Der teilnehmende Sportler .....	2096
2. Sportrechte-Agenturen .....	2097
3. Inhaber der Verwertungsrechte einzelner Sportarten .....	2098
IV. Vermarktung von Sportrechten durch den Sportveranstalter und Kartellrecht .....	2099
1. Rechtsgrundlagen .....	2099
2. Exklusivvereinbarungen .....	2099
3. Begriff der Fernseh- und Hörfunkrechte .....	2102
4. Zentrale Rechtevergabe – Veranstalterbegriff .....	2104
5. Zentraler Rechteeinkauf .....	2110
V. Der Fernsehverwertungsvertrag .....	2111
VI. Vertrieb sonstiger Sportveranstaltungsrechte .....	2113
1. Programmhefte .....	2113
2. Eintrittskarten .....	2113
3. Spielpläne und Ergebnistabellen .....	2116
4. und Sportübertragungen in Gaststätten .....	2118

§ 64. Modevertrieb .....	2119
I. Die Besonderheiten des Modevertriebs .....	2119
II. Im Vormarsch: Lizenzierungsmodelle in der Modeindustrie .....	2120
III. Ausgleichsansprüche analog § 89b HGB für den Lizenznehmer? .....	2122
IV. Zurück zu den Ursprüngen: Vertikal- und Direktvertriebstendenzen in der Modeindustrie .....	2122
V. Aus der Not wird ein lukratives Geschäftsmodell: Outlets, Werkverkauf und Verkaufclubs .....	2124
VI. Herkunftsangabe und Einhalten von ethischen Standards .....	2125
§ 65. Kunstvertrieb .....	2127
I. Einführung in die Vermarktung von Kunst- und Kulturgütern .....	2128
II. Kunstmarktbegriffe und beteiligte Akteure .....	2131
1. Kunstprimärmarkt: Ateliervverkäufe, Direktmarketing und Entdeckergalerien .....	2131
2. Kunstsekundärmarkt: Kunsthandel und Versteigerer .....	2132
III. Kunstvertriebsverhältnisse .....	2134
1. Kunstzwischenhändler .....	2134
2. Kunstkommissionär .....	2135
3. Sonstige Rechtsformen des Kunstvertriebs für Kunsthändler und Auktionshäuser .....	2136
4. Kunstgaleristen als Handelsvertreter im Primärmarkt .....	2137
IV. Illegaler Kulturgüterverkehr und Kulturgüterschutz .....	2138
1. Schutz des eigenen Kulturguts im kulturellen Ursprungsstaat .....	2140
2. Internationales und europäisches Recht .....	2144
3. Schutz ausländischen Kulturguts .....	2147
4. (Internationales) Privatrecht und gutgläubiger Erwerb .....	2151
5. Selbstaufgelegte Verhaltensstandards und Codes of Conduct .....	2155
6. Checkliste: Sorgfaltsanforderungen beim Erwerb von Kunstwerken und Antiken .....	2156
7. Annex: Beutekunst, Trophäenkunst, Raubkunst sowie entartete Kunst .....	2158
V. Kunstfälschungsrecht .....	2162
1. Nichtigkeit wegen Sittenwidrigkeit und Anfechtung .....	2163
2. Kunstfälschung als Sachmangel nach §§ 434 ff. BGB .....	2166
3. Haftungsbeschränkungen des Veräußerers .....	2169
4. Verkäufelgarantien als Haftungserweiterungen .....	2170
5. Vor- und nachvertragliche Aufklärungspflichten der Kunstvermarkter .....	2172
6. Rückgriffsrechte der Kunstvermarkter .....	2172
7. Annex: Unbewusster Verkauf eines Meisterwerks .....	2173
8. Checkliste: Sorgfaltsanforderungen bei der Kunstvermarktung .....	2173
9. Schutz des Kunstmarktes vor Fälschungen .....	2177
VI. Kunstsachverständige und Expertenhaftung .....	2178
VII. Urheberrecht im Kunstvertrieb, insbes. Folgerecht .....	2179
VIII. Künstlersozialabgabepflicht der Kunstvermarkter .....	2181

## 13. Kapitel. Vertriebsverträge im Außenwirtschaftsrecht

§ 66. Allgemeine Beschränkungen des Güter- und Dienstleistungsverkehrs .....	2183
I. Einführung .....	2185
1. Begriffsbestimmung und Regelungsgegenstand .....	2185
2. Rechtsquellen des Außenwirtschaftsrechts .....	2186
3. Außenwirtschaftsrechtliche Compliance – die vier „W“-Fragen .....	2189

II. Ausfuhrbeschränkungen für Dual-use-Güter .....	2190
1. Ausfuhrbeschränkungen nach der EU-Dual-use-VO .....	2190
2. Nationale Ausfuhrbeschränkungen .....	2196
3. Folgen der exportkontrollrechtlichen Genehmigungspflichten für Vertriebsverträge .....	2198
III. Beschränkungen des Dienstleistungssektors .....	2198
1. Vermittlungsgeschäfte .....	2198
2. Technische Unterstützung .....	2199
3. Folgen für Vertriebsverträge .....	2201
IV. Wirtschaftssanktionen .....	2201
1. Einführung .....	2201
2. Länderbezogene Wirtschaftssanktionen .....	2202
3. Personenbezogene Sanktionen .....	2205
V. Sonstige nationale Beschränkungen des Außenwirtschaftsverkehrs ...	2208
1. Einzeleingriff nach § 6 AWG .....	2208
2. Einzeleingriff in den Schiffsverkehr .....	2209
VI. Ausfuhrgenehmigungen .....	2209
1. Allgemeine Genehmigungen .....	2210
2. Einzel- und Globalausfuhrgenehmigungen .....	2212
VII. Rechtsfolgen bei Verstößen gegen außenwirtschaftsrechtliche Verbote .....	2215
1. Zivilrechtliche Folgen .....	2215
2. Verwaltungsrechtliche Folgen .....	2216
3. Straf- und bußgeldrechtliche Folgen .....	2217
§ 67. Besondere Anforderungen bei Kriegswaffen und sonstigen Rüstungsgütern	2218
I. Generelles Herstellungs- und Besitzverbot für ABC-Waffen, Antipersonenminen und Streumunition .....	2218
II. Beschränkungen bei konventionellen Kriegswaffen und sonstigen Rüstungsgütern .....	2219
1. Zuständigkeit von EU und Mitgliedstaaten .....	2219
2. Genehmigungspflicht nach dem Kriegswaffenkontrollgesetz (KrWaffKontrG) .....	2220
3. Ausfuhrgenehmigungserfordernisse nach AWG und AWV .....	2222
4. Handels- und Vermittlungsgeschäfte für Kriegswaffen und Rüstungsgüter .....	2225
5. Technische Unterstützung .....	2225
6. Folgen für Vertriebsverträge .....	2226
§ 68. Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz im Vertriebsrecht .....	2227
I. Überblick zum LkSG .....	2227
1. Hintergrund und Entwicklung des LkSG .....	2228
2. Anwendungsbereich .....	2228
3. Adressierte Risiken .....	2230
4. Sorgfaltspflichten .....	2230
5. Überwachung durch BAFA, Sanktionierung .....	2233
II. Überprüfungspflichten im Hinblick auf Absatzmittler und Absatzhelfer .....	2234
1. Streitstand .....	2235
2. Legaldefinition der Lieferkette nach § 2 Abs. 5 iVm § 2 Abs. 7 LkSG .....	2237
3. Absatzmittler und Absatzhelfer in der Regel nicht Teil des eigenen Geschäftsbereiches .....	2237
4. Absatzmittler und Absatzhelfer keine unmittelbaren Zulieferer iSd § 2 Abs. 7 LkSG .....	2240

III. Europarechtlicher Ausblick: Franchisenehmer und andere Absatzmittler als Teil einer zu überprüfenden Aktivitätskette .....	2243
1. Anwendungsbereich der CSDDD im Hinblick auf Franchiseunternehmen .....	2243
2. Reichweite der Risikoanalyse unter der CSDDD .....	2244
3. Fazit .....	2245
<b>14. Kapitel. Internationales Vertriebsrecht/Länderberichte</b>	
§ 69. Internationales Vertriebsrecht .....	2247
I. Vorbemerkung .....	2251
1. Die kollisionsrechtliche Anknüpfung von Vertriebsverträgen nach den Kollisionsvorschriften der lex fori .....	2252
2. Die Rom I-VO und der Vorrang des Haager Übereinkommens vom 14.3.1978 über das auf Vertreterverträge und die Stellvertretung anwendbare Recht (HStÜ) .....	2254
3. Die Rom I-VO und der Vorrang des Haager Übereinkommens betreffend das auf internationale Kaufverträge über bewegliche körperliche Sachen anzuwendende Recht vom 15.6.1955 (HKÜ) .....	2259
4. Gestaltungsspielraum der EU-Mitgliedstaaten bei der Umsetzung der Handelsvertreter-Richtlinie .....	2260
5. Fehlende Regelung und Harmonisierung in Bezug auf Vertriebsverträge .....	2262
6. Anwendbarkeit des UN-Kaufrechts .....	2262
II. Die Rom I-VO .....	2263
1. Sachlicher, zeitlicher und räumlicher Anwendungsbereich der Rom I-VO .....	2263
2. Kollisionsrechtliche Parteiautonomie nach Art. 3 Rom I-VO .....	2269
3. Die stillschweigende Rechtswahl nach Art. 3 Abs. 1 Satz 2 Alt. 2 Rom I-VO und die diesbezüglich zu prüfenden Indizien .....	2279
4. Negative Rechtswahl .....	2283
5. Teilrechtswahl .....	2284
6. Zeitpunkt der Rechtswahl .....	2285
7. Die Form der Rechtswahl .....	2285
8. Reichweite des Vertragsstatuts .....	2287
III. Schranken der Rechtswahl .....	2288
1. Inlands- bzw. Binnensachverhalt .....	2288
2. Binnenmarktsachverhalt .....	2289
3. Rechtswahlbeschränkung nach Art. 8 Abs. 1 Satz 2 Rom I-VO .....	2291
4. Rechtswahlbeschränkungen nach Art. 6 Abs. 2 Satz 2 Rom I-VO .....	2295
IV. International zwingendes Recht .....	2296
1. Kartellrechtliche Vorschriften .....	2296
2. Registrierungserfordernisse .....	2298
3. Eingriffsnormen .....	2298
4. Ordre public nach Art. 21 Rom I-VO .....	2308
5. Verfahrensrechtliche Absicherung des handelsvertreterrechtlichen Ausgleichsanspruchs .....	2308
6. Die Öffnungsklausel des § 92c HGB .....	2310
V. Objektive Anknüpfung der Handelsvertreter- und Vertriebsverträge .....	2315
1. Anknüpfungssystematik des Art. 4 der Rom I-VO .....	2316
2. Die Akzessorische Anknüpfung des Vertragshändlervertrags und der jeweiligen Einzelkaufverträge .....	2316

3. Vertragstypische Leistung nach Art. 4 Abs. 2 Rom I-VO .....	2317
4. Bestimmung des gewöhnlichen Aufenthaltes nach Art. 19 Rom I-VO .....	2318
5. Offensichtlich engere Verbindung nach Art. 4 Abs. 3 Rom I-VO .....	2320
6. Der Auffangtatbestand der engsten Verbindung nach Art. 4 Abs. 4 Rom I-VO .....	2322
VI. Die Rom II-VO .....	2322
1. Anknüpfung der culpa in contrahendo .....	2323
2. Anknüpfung eines deliktsrechtlichen Schadensersatzanspruches im Übrigen .....	2324
3. Die Anknüpfung des Abbruchs einer vertriebsvertragsrechtlichen Geschäftsbeziehung im französischen Recht und deren Auswirkungen auf den deutsch-französischen Geschäftsverkehr ..	2325
VII. Der Handelsvertretervertrag .....	2326
1. Definition des Handelsvertretervertrages .....	2326
2. Rechtswahl der Vertragsparteien .....	2327
3. Objektive Anknüpfung des Handelsvertretervertrages .....	2327
4. Die Ausweisklausel des Art. 4 Abs. 3 Rom I-VO .....	2330
5. Innen- und Außenverhältnis, Anknüpfung der Vollmacht des Handelsvertreters .....	2330
6. Die objektive Anknüpfung des Handelsvertretervertrages im Schweizer Recht .....	2331
VIII. Der Vertriebs- bzw. Vertragshändlervertrag .....	2331
1. Definition des Vertriebs- bzw. Vertragshändlervertrages .....	2331
2. Rechtswahl der Vertragsparteien .....	2333
3. Schranken der Rechtswahl .....	2336
4. Objektive Anknüpfung .....	2336
IX. Franchiseverträge .....	2343
1. Definition und Einheitsrecht .....	2343
2. Rechtswahl der Vertragsparteien .....	2344
3. Schranken der Rechtswahl .....	2345
4. Objektive Anknüpfung .....	2346
5. Objektive und akzessorische Anknüpfung der Einzelverträge; die Einzelkaufverträge und die Anwendbarkeit des UN-Kaufrechts ..	2347
§ 70. Ägypten .....	2349
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2350
1. Rechtsgrundlagen .....	2350
2. Ausgewählte Bibliographie .....	2350
3. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen .....	2350
4. Registrierung des Handelsvertreters .....	2353
5. Vertragsschluss .....	2355
6. Vergütung .....	2355
7. Besondere rechtliche Vorgaben .....	2355
8. Exklusivität .....	2356
9. Vertragsgebiet .....	2356
10. Überlassungspflicht .....	2356
11. Vertragsdauer .....	2356
12. Delkredere .....	2357
13. Beendigung .....	2357
14. Verjährung .....	2358
15. Zustellung .....	2358
16. Anwendbares Recht .....	2359

17. Streitbeilegung .....	2359
18. Altverträge .....	2359
19. Wettbewerbsrecht .....	2360
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2361
1. Rechtsgrundlage .....	2361
2. Ausgewählte Bibliographie .....	2361
3. Rechtliche Kennzeichnung .....	2361
4. Vertragsschluss .....	2361
5. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers .....	2361
6. Beendigung .....	2362
7. Ausgleichsansprüche .....	2362
8. Anwendbares Recht und Gerichtsstand .....	2362
III. Der Franchisevertrag .....	2363
1. Rechtsgrundlage .....	2363
2. Ausgewählte Bibliographie .....	2363
3. Rechtliche Kennzeichnung .....	2363
4. Vertragsschluss .....	2364
5. Rechte und Pflichten der Parteien .....	2364
6. Beendigung .....	2365
7. Ausgleichsansprüche .....	2365
8. Andere Rechte und Pflichten bei Beendigung .....	2365
9. Anwendbares Recht .....	2365
§ 71. Belgien .....	2367
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2367
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen .....	2368
2. Vertragsschluss .....	2369
3. Dauer des Vertrages .....	2369
4. Vergütung .....	2369
5. Delkredere .....	2369
6. Beendigung des Handelsvertretervertrages .....	2370
7. Ausgleichsanspruch .....	2371
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2371
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2372
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2372
2. Vertragsschluss .....	2373
3. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers .....	2373
4. Beendigung des Vertrages .....	2373
5. Ausgleichsanspruch .....	2375
6. Andere Rechte und Verpflichtungen bei Beendigung des Vertrages .....	2377
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2377
8. Andere relevante Aspekte des belgischen Rechtes .....	2377
III. Der Franchisevertrag .....	2378
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2379
2. Vertragsschluss .....	2379
3. Rechte und Pflichten des Franchise-Nehmers .....	2380
4. Beendigung des Vertrages .....	2381
5. Ausgleichsanspruch .....	2381
6. Andere Rechte und Pflichten bei der Beendigung des Vertrages ..	2381
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2382

§ 72. China (ohne Taiwan) .....	2383
Vorwort .....	2384
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2384
1. Rechtsgrundlage .....	2384
2. Schrifttum .....	2385
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2396
1. Rechtsgrundlage .....	2396
2. Schrifttum .....	2396
III. Der Franchise-Vertrag .....	2415
1. Rechtsgrundlagen .....	2415
2. Schrifttum .....	2416
§ 73. Dänemark .....	2434
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2434
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Verträgen .....	2435
2. Vertragsschluss .....	2436
3. Rechte und Pflichten der Parteien .....	2436
4. Vergütung .....	2437
5. Beendigung des Handelsvertretervertrages .....	2437
6. Ausgleichsanspruch .....	2439
7. Wettbewerbsverbot .....	2441
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2443
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2443
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Verträgen .....	2444
2. Vertragsschluss .....	2445
3. Rechte und Pflichten der Parteien .....	2445
4. Die Beendigung des Vertriebsvertrages .....	2445
5. Der Ersatzanspruch .....	2446
6. Der Ausgleichsanspruch .....	2446
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2446
8. Kartellrecht .....	2447
III. Der Franchisevertrag .....	2448
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Verträgen .....	2448
2. Vertragsschluss .....	2449
3. Rechte und Pflichten der Parteien .....	2450
4. Beendigung des Franchisevertrages .....	2451
5. Anwendbares Recht und Gerichtsstandsvereinbarung .....	2452
§ 74. Frankreich .....	2453
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2454
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen .....	2454
2. Vertragsschluss .....	2457
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters .....	2458
4. Beendigung des Handelsvertretervertrags .....	2459
5. Entschädigung bei Vertragsende .....	2461
6. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot .....	2464
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2464
8. Sonstige nach französischem Recht relevante Gesichtspunkte .....	2466
9. Besondere Hinweise für den ausländischen Unternehmer .....	2467
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2467
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2468

# Inhaltsverzeichnis

---

2. Vertragsschluss .....	2470
3. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers .....	2471
4. Vertragsbeendigung .....	2473
5. Entschädigung bei Vertragsende .....	2476
6. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot .....	2477
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2478
8. Besonderheiten des Vertriebs von Konsumgütern, insb. von landwirtschaftlichen Erzeugnissen .....	2480
9. Besondere Hinweise für den ausländischen Lieferanten .....	2481
III. Der Franchisevertrag .....	2482
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2482
2. Vertragsschluss .....	2483
3. Rechte und Pflichten des Franchisenehmers .....	2484
4. Vertragsbeendigung .....	2485
5. Kündigungsentschädigung .....	2486
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2487
§ 75. Italien .....	2488
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2489
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen .....	2490
2. Abschluss des Vertrages, Form .....	2491
3. Registrierung .....	2492
4. Rechte und Pflichten der Parteien .....	2493
5. Alleinvertretungsrecht (esclusiva) .....	2498
6. Dauer und Beendigung des Vertrages .....	2499
7. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung .....	2502
8. Nachvertragliches Wettbewerbsverbot .....	2505
9. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2506
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2507
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2508
2. Vertragsschluss .....	2509
3. Rechte und Pflichten der Parteien .....	2509
4. Dauer und Beendigung des Vertrages .....	2511
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung .....	2512
6. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2513
7. Kartellrechtliche Gesichtspunkte .....	2513
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2514
III. Der Franchise-Vertrag .....	2514
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2515
2. Vertragsschluss .....	2516
3. Rechte und Pflichten der Parteien .....	2518
4. Dauer und Beendigung des Vertrages .....	2520
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung .....	2521
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2521
§ 76. Japan .....	2522
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2522
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen .....	2523
2. Vertragsabschluss .....	2523
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters .....	2523
4. Beendigung des Vertrages .....	2524

5. Ausgleichsanspruch und nachvertragliches Wettbewerbsverbot ...	2524
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2524
7. Keine Registrierungspflicht .....	2526
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2526
1. Vertragsabschluss .....	2526
2. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers .....	2526
3. Kartellrecht .....	2527
4. Vertragsbeendigung .....	2527
5. Ausgleichsanspruch und nachvertragliches Wettbewerbsverbot ...	2528
6. Produkthaftpflicht .....	2528
7. CISG .....	2529
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2529
III. Der Franchisevertrag .....	2529
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2530
2. Vertragsabschluss .....	2530
3. Rechte und Pflichten des Franchisenehmers .....	2530
4. Beendigung des Vertrages .....	2531
5. Entschädigung für den Verlust von Kunden .....	2532
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2532
7. Anmeldung .....	2533
§ 77. Korea .....	2534
I. Grundlagen .....	2535
II. Der Handelsvertretervertrag .....	2538
1. Rechtsgrundlagen, Arten und Abgrenzung .....	2538
2. Voraussetzungen .....	2538
3. Vertragsschluss .....	2538
4. Pflichten des Handelsvertreters .....	2540
5. Rechte des Handelsvertreters .....	2542
6. Rechtsverhältnisse zu Dritten .....	2544
7. Beendigung des Handelsvertretervertrags .....	2545
III. Der Vertragshändlervertrag .....	2545
1. Begriff, Rechtsgrundlagen, Vertragshändlergesetz .....	2545
2. Vertragsschluss .....	2546
3. Rechte und Pflichten aus dem Vertragshändlervertrag .....	2547
4. Haftung für Verstöße gegen das Vertragshändlergesetz .....	2550
5. Rechte und Pflichten aus Kaufverträgen .....	2550
6. Produkthaftung .....	2558
7. Beendigung des Vertragshändlervertrags .....	2559
IV. Das Kommissionsgeschäft .....	2560
1. Allgemeines .....	2560
2. Vertragsschluss .....	2561
3. Pflichten des Kommissionärs .....	2561
4. Rechte des Kommissionärs .....	2562
5. Vertragsbeendigung .....	2563
V. Der Franchisevertrag .....	2563
1. Rechtsquellen, Terminologie und Anwendungsbereich .....	2563
2. Vertragsschluss, vertragliche Regelungsgegenstände .....	2565
3. Die Franchisegebühr .....	2566
4. Rechte und Pflichten der Parteien .....	2567
5. Haftung des Franchisegebers .....	2571
6. Beendigung des Franchisevertrags .....	2572
7. Sonstiges .....	2575

VI. Vertragsverhältnisse von Großhändlern .....	2575
1. Allgemeines .....	2575
2. Vertragsschluss und Vertragsurkunde .....	2576
3. Pflichten des Großhändlers .....	2577
4. Haftung des Großhändlers .....	2579
5. Vertragsbeendigung .....	2579
VII. Anwendbares Recht und Rechtsverfolgung .....	2579
1. Anwendbares Recht .....	2579
2. Rechtsdurchsetzung .....	2581
§ 78. Niederlande .....	2584
I. Allgemeines zum Vertriebsrecht in den Niederlanden .....	2585
II. Handelsvertretervertrag .....	2586
1. Hintergrund des Handelsvertretervertrags in den Niederlanden ..	2587
2. Definition des Handelsvertretervertrags nach niederländischem Recht .....	2588
3. Anwendungs- und Geltungsbereich der Regelungen über den Handelsvertretervertrag .....	2590
4. Zustandekommen und Inhalt von Handelsvertreterverträgen .....	2591
5. Ausführung des Handelsvertretervertrags .....	2593
6. Beendigung des Handelsvertretervertrags und ihre Folgen .....	2606
III. Vertragshändlervertrag .....	2617
1. Hintergrund des Vertragshändlervertrags in den Niederlanden ...	2618
2. Definition des Vertragshändlervertrags nach niederländischem Recht .....	2618
3. Zustandekommen und Inhalt von Vertragshändlerverträgen .....	2621
4. Beendigung des Vertragshändlervertrags .....	2624
IV. Franchisevertrag .....	2629
1. Hintergrund des Franchisevertrags in den Niederlanden .....	2630
2. Definition des Franchisevertrags nach niederländischem Recht ...	2632
3. Anwendungs- und Geltungsbereich des niederländischen Franchisegesetzes .....	2637
4. Zustandekommen von Franchiseverträgen .....	2639
5. Der Franchisevertrag und dessen Ausführung .....	2648
6. Beendigung des Franchisevertrags und ihre Folgen .....	2656
§ 79. Österreich .....	2659
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2660
1. Die Person des Handelsvertreters .....	2661
2. Abgrenzungsfragen .....	2662
3. Abschluss des Vertrages .....	2664
4. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters .....	2664
5. Beendigung des Vertrages .....	2667
6. Ausgleichsanspruch .....	2669
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2674
8. Sonderbestimmungen für Versicherungsvertreter und Versicherungsgagenten .....	2676
9. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2677
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2678
1. Abschluss des Vertrages .....	2679
2. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers .....	2679
3. Beendigung des Vertrages .....	2680
4. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel .....	2681
5. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2682
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2683

III. Der Franchisevertrag .....	2684
1. Die Merkmale des Franchisevertrages .....	2685
2. Abschluss des Vertrages .....	2685
3. Vorvertragliche Aufklärungspflichten .....	2686
4. Rechte und Pflichten der Vertragsteile .....	2686
5. Beendigung des Vertrages .....	2686
6. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel .....	2687
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2687
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2688
9. Sonstige wesentliche Gesichtspunkte .....	2688
§ 80. Polen .....	2689
I. Einleitung .....	2689
II. Agenturverträge (Handelvertreterverträge) .....	2691
III. Händlerverträge .....	2699
IV. Franchiseverträge .....	2701
V. Fazit .....	2705
§ 81. Schweden .....	2706
I. The agency agreement .....	2706
1. Literature .....	2706
2. Legal basis .....	2707
3. Distinction from related distribution agreements .....	2707
4. Conclusion of the contract .....	2707
5. Rights and obligations of the commercial agent .....	2707
6. Compensation claims; other claims .....	2708
7. Other obligations upon termination .....	2708
8. Applicable law and enforcement .....	2708
9. National protective legislation in favor of commercial agents .....	2708
II. The authorized dealer agreement .....	2708
1. Literature .....	2708
2. Legal basis .....	2708
3. Distinction from related distribution agreements .....	2709
4. Conclusion of the contract .....	2709
5. Rights and obligations of the authorized dealer .....	2709
6. Compensation claims; other claims .....	2709
7. Other obligations upon termination .....	2709
8. Applicable law and enforcement .....	2709
9. National protective legislation in favor of authorized dealers .....	2710
III. The Franchise agreement .....	2710
1. Literature .....	2710
2. Legal basis .....	2710
3. Distinction from related distribution agreements .....	2710
4. Conclusion of the contract .....	2710
5. Rights and obligations of the franchisee .....	2710
6. Compensation claims; other claims .....	2711
7. Other obligations upon termination .....	2711
8. Applicable law and enforcement .....	2711
9. National protective legislation in favor of franchisees .....	2711
§ 82. Schweiz .....	2713
I. Der Agenturvertrag (Handelsvertretervertrag) .....	2714
1. Rechtsgrundlage; Schrifttum .....	2714
2. Vergleich mit EG Handelsvertreterrichtlinie .....	2715
3. Abgrenzungen zu verwandten Vertriebsverträgen .....	2716
4. Abschluss des Vertrages .....	2717

5. Rechte und Pflichten des Agenten .....	2718
6. Beendigung des Vertrags .....	2720
7. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel .....	2721
8. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2722
9. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2724
10. Sonstige nach schweizerischem Recht wesentliche Gesichtspunkte .....	2726
11. Besondere Hinweise für den ausländischen Auftraggeber .....	2726
II. Der Alleinvertriebsvertrag (Vertragshändlervertrag) .....	2727
1. Rechtsgrundlage; Schrifttum .....	2727
2. Vorbemerkung .....	2727
3. Abschluss des Vertrags .....	2728
4. Rechte und Pflichten des Abnehmers .....	2728
5. Beendigung des Vertrags .....	2729
6. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel .....	2730
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2731
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2731
9. Sonstige nach schweizerischem Recht wesentliche Gesichtspunkte .....	2732
10. Besondere Hinweise für den ausländischen Auftraggeber .....	2733
III. Der Franchisevertrag .....	2733
1. Rechtsgrundlage; Schrifttum .....	2733
2. Die Merkmale des Franchisevertrags .....	2734
3. Abschluss des Vertrags .....	2734
4. Pflichten des Franchisegebers und -nehmers .....	2735
5. Beendigung des Vertrags .....	2736
6. Ausgleichsanspruch für den Verlust der Klientel .....	2737
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2737
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2738
9. Sonstige nach schweizerischem Recht wesentliche Gesichtspunkte .....	2739
10. Besondere Hinweise für den ausländischen Franchisegeber .....	2739
IV. Kartellrechtliche Aspekte .....	2739
1. Rechtsgrundlage; Schrifttum .....	2739
2. Grundsätzliches .....	2740
3. Unzulässige Wettbewerbsabreden .....	2741
4. Missbrauch einer marktbeherrschenden oder relativ marktmächtigen Stellung .....	2745
5. Rechtsfolgen .....	2746
6. Aktuelle Entwicklungen .....	2748
§ 83. Singapur .....	2749
I. Rechtsgrundlagen .....	2750
II. Agentur und Handelsvertretung .....	2752
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2752
2. Vertragsabschluss .....	2753
3. Rechte und Pflichten der Agenten und Handelsvertreter .....	2754
4. Vertragsbeendigung .....	2755
5. Ausgleichs- und Entschädigungsanspruch nach Vertragsbeendigung .....	2756
6. Nachvertragliche Wettbewerbsbeschränkungen .....	2756
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2757
8. Besondere Hinweise für den ausländischen Prinzipal .....	2757

III. Vertragshändler .....	2758
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2758
2. Vertragsabschluss .....	2758
3. Rechte und Pflichten im Vertragshändlerverhältnis .....	2759
4. Vertragsbeendigung .....	2760
5. Ausgleichs- und Entschädigungsanspruch nach Vertragsbeendigung .....	2760
6. Nachvertragliche Wettbewerbsbeschränkungen .....	2760
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2760
8. Besondere Hinweise für den ausländischen Lieferanten .....	2760
IV. Franchise .....	2761
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2761
2. Vertragsabschluss .....	2763
3. Rechte und Pflichten im Franchiseverhältnis .....	2763
4. Vertragsbeendigung .....	2765
5. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2765
6. Besondere Hinweise für den ausländischen Franchisegeber .....	2766
V. Wettbewerbsrecht .....	2766
1. Verbot wettbewerbsbeschränkender Zusammenschlüsse .....	2766
2. Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen .....	2767
3. Verbot des Missbrauchs marktbeherrschender Stellung .....	2767
4. Ermittlungs-, Weisungs-, Entscheidungs- und Vollstreckungsbefugnis der Wettbewerbskommission .....	2768
5. Beratungs- und Entscheidungersuchen .....	2769
6. Verpflichtungserklärungen .....	2769
7. Private Maßnahmen bei Verstößen gegen Wettbewerbsrecht .....	2770
8. Besondere Hinweise für den ausländischen Wettbewerber .....	2770
§ 84. Spanien .....	2771
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2771
1. Rechtliche Kennzeichnung und Abgrenzung zu verwandten Vertragstypen .....	2772
2. Abschluss des Vertrages .....	2773
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters .....	2774
4. Beendigung des Vertrages .....	2775
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung .....	2776
6. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung: Nachvertragliches Wettbewerbsverbot .....	2777
7. Anwendbares Recht und Rechtsweg .....	2777
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2778
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2778
2. Abschluss des Vertrages und Inhalt .....	2779
3. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers .....	2779
4. Beendigung des Vertrages .....	2780
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung .....	2780
6. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2782
7. Anwendbares Recht und Rechtsweg .....	2782
III. Der Franchisevertrag .....	2782
1. Die Merkmale des Franchisevertrages .....	2783
2. Abschluss des Vertrages .....	2783
3. Rechte und Pflichten des Franchisenehmers .....	2783
4. Beendigung des Vertrages .....	2784
5. Ausgleichs- und Ersatzansprüche nach Vertragsbeendigung .....	2784
6. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2784
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2784

§ 85. Türkei .....	2785
I. Der Agenturvertrag (Handelsvertretervertrag) .....	2786
1. Rechtsgrundlage; Schriftum .....	2786
2. Vergleich mit der Europäische Handelsvertreterrichtlinie .....	2787
3. Abgrenzung zu verwandten Verträgen .....	2788
4. Abschluss des Vertrages .....	2789
5. Rechte und Pflichten des Vertreters .....	2790
6. Beendigung des Vertragsverhältnisses .....	2793
7. Ausgleichsanspruch des Handelsvertreters .....	2794
8. Sonstige Ansprüche und Verpflichtungen bei Beendigung des Vertrages .....	2795
9. Anwendbares Recht und Durchsetzung der Rechte .....	2796
10. Sonstige wesentliche Aspekte nach türkischem Recht .....	2798
11. Besondere Hinweise für den ausländischen Auftraggeber .....	2798
II. Der Alleinvertriebsvertrag (Vertragshändlervertrag) .....	2799
1. Rechtsgrundlage; Literatur .....	2799
2. Vorbemerkung .....	2799
3. Abschluss des Vertrags .....	2800
4. Rechte und Pflichten des Abnehmers .....	2800
5. Beendigung des Vertrags .....	2801
6. Ausgleichsanspruch für Verlust der Kunden .....	2802
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Beendigung des Vertrages ..	2802
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2803
9. Sonstige nach türkischem Recht wesentliche Aspekte .....	2803
10. Besondere Hinweise für ausländische Auftraggeber .....	2804
III. Die Franchisevereinbarung .....	2804
1. Rechtsgrundlage; Literatur .....	2804
2. Die Merkmale der Franchisevereinbarung .....	2805
3. Abschluss des Vertrags .....	2805
4. Pflichten des Franchisegebers und des Franchisenehmers .....	2806
5. Beendigung des Vertragsverhältnisses .....	2806
6. Ausgleichsanspruch für Kundenverlust .....	2807
7. Sonstige Ansprüche und Pflichten bei Beendigung des Vertrages ..	2807
8. Anwendbares Recht und Durchsetzung der Rechte .....	2808
9. Andere wesentliche Aspekte nach türkischem Recht .....	2808
10. Besondere Hinweise für den ausländischen Franchisegeber .....	2809
IV. Aspekte des Kartellrechts .....	2809
1. Rechtliche Grundlagen .....	2809
2. Grundsätzliches .....	2809
3. Unzulässige Wettbewerbsabreden .....	2810
4. Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung .....	2811
5. Rechtliche Konsequenzen .....	2812
§ 86. Vereinigte Arabische Emirate und Saudi Arabien .....	2813
I. Vereinigte Arabische Emirate .....	2814
1. Der Handelsvertretervertrag .....	2814
2. Der Vertragshändlervertrag .....	2820
3. Der Franchisevertrag .....	2821
II. Saudi Arabien .....	2821
1. Handelsvertretervertrag .....	2821
2. Der Vertragshändlervertrag .....	2826
3. Der Franchisevertrag .....	2826

§ 87. Vereinigtes Königreich, insbes. England und Wales .....	2827
I. Agentur und Handelsvertretung .....	2828
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2829
2. Abgrenzung zu verwandten Vertriebsverträgen .....	2831
3. Abschluss des Vertrages .....	2832
4. Rechte und Pflichten der Agenten und Handelsvertreter .....	2833
5. Beendigung des Vertragsverhältnisses .....	2836
6. Ausgleichs- oder Entschädigungsanspruch nach Vertragsbeendigung .....	2837
7. Nachvertragliche Wettbewerbsbeschränkungen .....	2840
8. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2841
9. Sonstige nach dem Recht des Vereinigten Königreichs wesentliche Gesichtspunkte .....	2843
10. Besondere Hinweise für den ausländischen Prinzipial .....	2846
II. Vertragshändler .....	2846
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2846
2. Abschluss des Vertrages .....	2847
3. Rechte und Pflichten im Vertragshändlerverhältnis .....	2847
4. Beendigung des Vertrages .....	2848
5. Ausgleichsanspruch nach Vertragsbeendigung .....	2848
6. Sonstige Rechte und Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2848
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2849
8. Sonstige nach dem Recht des Vereinigten Königreichs wesentliche Gesichtspunkte .....	2849
9. Besondere Hinweise für den ausländischen Lieferanten .....	2849
III. Der Franchise-Vertrag .....	2849
1. Rechtliche Kennzeichnung .....	2850
2. Abschluss des Vertrages .....	2850
3. Rechte und Pflichten im Franchiseverhältnis .....	2850
4. Beendigung des Franchisevertrages .....	2851
5. Rechtsfolgen der Vertragsbeendigung .....	2852
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2853
7. Sonstige nach dem Recht des Vereinigten Königreichs wesentliche Gesichtspunkte .....	2853
8. Besondere Hinweise für den ausländischen Unternehmer .....	2854
§ 88. Vereinigte Staaten .....	2855
I. Einführung .....	2856
II. Handelsrecht der Vereinigten Staaten .....	2857
III. Überlegungen zur Rechtswahl und zum Gerichtsstand .....	2858
IV. Handelsvertreter .....	2859
1. Überblick .....	2859
2. Inhalt des Vertrags und typische Klauseln .....	2861
3. Sonstige Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2863
4. Einzelstaatliche Gesetze zu Handelsvertreterverträgen .....	2863
V. Vertragshändler .....	2865
1. Überblick .....	2865
2. Inhalt des Vertrags und typische Klauseln .....	2867
3. Sonstige Pflichten bei Vertragsbeendigung .....	2870
4. Einzelstaatliche Gesetze zu Vertragshändlerverträgen .....	2870
VI. Franchise .....	2876
1. Überblick .....	2876
2. Offenlegungspflichten nach dem Bundesrecht .....	2876
3. Einzelstaatliche FranchiseGesetze .....	2877

4. Unbeabsichtigte Franchisesysteme .....	2878
5. Geschäftsgelegenheiten .....	2878
6. Ausnahmen .....	2879
7. Schriftliche Vereinbarung und Offenlegung .....	2879
8. Inhalt des Vertrags und typische Klauseln .....	2881
9. Vertragsbeendigung .....	2882
10. Franchise Gesetze .....	2883
§ 89. Australien .....	2886
I. Der Handelsvertretervertrag .....	2886
1. Rechtsgrundlagen .....	2886
2. Vertragsschluss und Arten von agents .....	2887
3. Rechte und Pflichten des Handelsvertreters .....	2887
4. Vertragsbeendigung .....	2888
5. Ausgleichsanspruch und nachvertragliches Wettbewerbsverbot ...	2889
6. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2889
7. Registrierungspflicht .....	2889
II. Der Vertragshändlervertrag .....	2890
1. Rechtsgrundlagen .....	2890
2. Vertragsschluss .....	2890
3. Rechte und Pflichten des Vertragshändlers .....	2891
4. Vertragsbeendigung .....	2891
5. Ausgleichsanspruch und nachvertragliches Wettbewerbsverbot ...	2891
6. Kartellrecht .....	2891
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2892
8. Registrierungspflicht .....	2892
III. Der Franchisevertrag .....	2892
1. Rechtsgrundlagen .....	2892
2. Rechtliche Kennzeichnung und Anwendungsbereich .....	2893
3. Vertragsschluss .....	2893
4. Rechte und Pflichten des Franchisenehmers .....	2894
5. Vertragsbeendigung .....	2895
6. Ausgleichsanspruch und nachvertragliche Wettbewerbsverbote ...	2896
7. Anwendbares Recht und Rechtsdurchsetzung .....	2896
8. Registrierungspflicht .....	2896
 <b>15. Kapitel. Vertriebsrecht und Verfahrensrecht</b>	
§ 90. Die internationale Zuständigkeit für Klagen aus Vertriebsverträgen .....	2899
I. Vorbemerkung/Problemaufriss .....	2902
1. Mangelnde Harmonisierung des Vertriebsrechts .....	2902
2. Die internationale Zuständigkeit und die lex fori als Ausgangspunkt aller kollisionsrechtlicher Überlegungen .....	2903
3. Die einschlägigen Kollisionsvorschriften. Die Rom I-VO und der Vorrang bilateraler Abkommen und multilateraler Übereinkommen .....	2903
4. Forum Shopping .....	2906
5. Rechtsfolgen der internationalen Unzuständigkeit .....	2908
6. Möglichkeit der Gerichtsstandsvereinbarung und stillschweigende Rechtswahl .....	2908
7. Möglichkeit der Schiedsvereinbarung .....	2909
II. Anwendungsbereich der EuGVVO bzw. der Brüssel Ia-VO .....	2911
1. Internationaler und persönlicher Anwendungsbereich .....	2911
2. Vorliegen eines Auslandsbezuges .....	2912

3. Sachlicher Anwendungsbereich .....	2913
4. Nationalrechtliche Zuständigkeitsvorschriften .....	2914
5. Prüfung der internationalen Zuständigkeit von Amts wegen .....	2915
6. Maßgeblicher Zeitpunkt .....	2916
7. Darlegungs- und Beweislast sowie Beweismaß .....	2916
8. Zwingender Charakter der Zuständigkeitsvorschriften .....	2918
9. Kein Gleichlauf zwischen internationaler Zuständigkeit und anwendbarem Recht .....	2919
10. Verfahrensrecht der lex fori .....	2919
III. Das Lugano Übereinkommen .....	2919
IV. Die Rechtsfolgen des Brexit .....	2920
V. Überblick über die im Vertriebsrecht relevanten Gerichtsstände .....	2922
VI. Gerichtsstandsvereinbarung im Sinne von Art. 25 EuGVVO bzw. Art. 23 LugÜ .....	2923
1. Allgemeines .....	2923
2. Räumlicher Anwendungsbereich .....	2925
3. Konkurrenzverhältnis des Art. 25 EuGVVO zum Haager Gerichtsstandsübereinkommen (HGÜ) .....	2926
4. Verhinderung des forum shopping .....	2927
5. Reichweite der Gerichtsstandsvereinbarung .....	2929
6. Torpedoklagen .....	2929
7. Gerichtsstandsvereinbarungen als Indiz einer stillschweigenden Rechtswahl .....	2930
8. Voraussetzungen einer Gerichtsstandsvereinbarung nach Art. 25 EuGVVO .....	2931
9. Die formelle und materielle Wirksamkeit der Gerichtsstandsvereinbarung und die Bestimmung des Prorogationsstatuts .....	2932
10. Die Formvoraussetzungen des Art. 25 Abs. 1 S. 3 EuGVVO im Einzelnen: .....	2934
11. Gerichtsstandsvereinbarungen in AGB .....	2937
12. Problematik bei der Einbeziehung fremdsprachiger AGB .....	2941
13. Gerichtsstandsklauseln in den Einzellieferverträgen und Bestimmbarkeit der Gerichtsstandsvereinbarung .....	2943
14. Schranken von Gerichtsstandsvereinbarungen im internationalen Vertriebsrecht .....	2945
15. Rechtsfolgen einer Gerichtsstandsvereinbarung .....	2948
VII. Gerichtsstand der rügelosen Einlassung im Sinne von Art. 26 EuGVVO .....	2949
1. Allgemeines .....	2949
2. Räumlicher Anwendungsbereich .....	2950
3. Rügelose Einlassung bei Vorliegen einer Gerichtsstandsvereinbarung .....	2951
4. Begriff der rügelosen Einlassung .....	2951
VIII. Der Gerichtsstand des Erfüllungsorts nach Art. 7 Nr. 1 EuGVVO ...	2953
1. Allgemeines .....	2953
2. Räumlicher Anwendungsbereich .....	2955
3. Vertrag oder Ansprüche aus einem Vertrag .....	2955
4. Die Abgrenzung von Art. 7 Nr. 1 lit. b und Art. 7 Nr. 1 lit. a iVm Art. 7 Nr. 1 lit. c EuGVVO; die Bestimmung des Erfüllungsortes .....	2956
5. Die Definition des Dienstleistungsvertrages des Art. 7 Nr. 1 lit. b Alt. 2 EuGVVO .....	2959

6. Die Einstufung des Handelsvertretervertrages als Dienstleistungsvertrag .....	2959
7. Die Einstufung des Vertragshändlervertrages als Kauf- oder Dienstleistungsvertrag .....	2960
8. Bestimmung des Erfüllungsortes, wenn (Wohn-)Sitz und Tätigkeitsort des Handelsvertreters oder Vertriebshändlers in verschiedenen Mitgliedsstaaten der EU liegen .....	2963
9. Der Vertriebs-Rahmenvertrag und die jeweiligen Einzelkaufverträge .....	2964
IX. Erfüllungsortsvereinbarungen .....	2965
1. Allgemeines .....	2965
2. Erfüllungsortsvereinbarungen in AGB und Bezugnahme auf Incoterms .....	2966
3. Reale und abstrakte Erfüllungsortsvereinbarungen .....	2966
4. Beweislast .....	2967
X. Deliktischer Gerichtsstand des Art. 7 Nr. 2 EuGVVO .....	2967
1. Allgemeines .....	2967
2. Räumlicher Anwendungsbereich .....	2968
3. Das Konkurrenzverhältnis des Art. 7 Nr. 1 EuGVVO (vertragliche Ansprüche) und des Art. 7 Nr. 2 EuGVVO (deliktische Ansprüche) .....	2969
4. Umfang der Kognitionsbefugnis .....	2971
5. Bestimmung des Handlungs- und Erfolgsortes .....	2971
XI. Gerichtsstand der Niederlassung nach Art. 7 Nr. 5 EuGVVO .....	2972
1. Allgemeines .....	2972
2. Begriff der Niederlassung .....	2972
3. Räumlicher Anwendungsbereich .....	2974
4. Niederlassungsbezogenheit des Anspruchs .....	2974
5. Die Niederlassung des Art. 7 Nr. 5 EuGVVO als Gerichtsstand zugunsten des Vertriebsmittlers im Rahmen vertriebsrechtlicher Rechtsstreitigkeiten .....	2975
XII. Gerichtsstand der Streitgenossenschaft nach Art. 8 Nr. 1 EuGVVO .....	2975
1. Allgemeines .....	2975
2. Räumlicher Anwendungsbereich .....	2976
3. Das Konkurrenzverhältnis von Art. 8 Nr. 1 EuGVVO zu § 36 ZPO .....	2977
4. Das Konnexitätserfordernis .....	2977
5. Das Nebeneinander der verschiedenen Klagen und der maßgebliche Zeitpunkt .....	2979
XIII. Gerichtsstand des einstweiligen Rechtsschutzes, Art. 35 EuGVVO .....	2979
1. Vorbemerkung/Problemaufriss .....	2979
2. Der Anwendungsbereich des Art. 35 EuGVVO und die Zweispurigkeit des Eilrechtsschutzes .....	2980
3. Eilrechtsschutz versus Gerichtsstandsvereinbarung und Schiedsvereinbarung .....	2981
4. Begriff der einstweiligen Maßnahme .....	2982
5. Zusätzliche Voraussetzungen im Falle einer Leistungs- bzw. Befriedigungsverfügung .....	2983
6. Die Anerkennung und Vollstreckung einstweiliger Maßnahmen .....	2984
XIV. Unselbstständige Handelsvertreter als Arbeitnehmer und Anwendbarkeit der Art. 20–23 EuGVVO .....	2985
1. Problemaufriss/Risiko einer Umqualifizierung des Vertriebsmittlers in einen Arbeitnehmer .....	2985
2. Begriff des unionsrechtlichen Arbeitsvertrages und Abgrenzungskriterien der einschlägigen Rechtsprechung .....	2986

3. Sic-Non Rechtsprechung und deren Anwendbarkeit im Rahmen der EuGVVO .....	2987
§ 91. Der Handelsvertreterprozess .....	2989
I. Zuständigkeit .....	2989
1. Staatliches Gericht oder Schiedsgericht .....	2989
2. Internationale Zuständigkeit deutscher Gerichte für Handelsvertreterprozesse .....	2990
II. Erkenntnisverfahren .....	2991
1. Die Informations- und Kontrollrechte des Handelsvertreters .....	2991
2. Der Ausgleichsanspruch (§ 89b HGB) .....	2994
3. Urteil .....	3000
4. Rechenbeispiel für den Ausgleichsanspruch .....	3000
III. Vollstreckungsverfahren .....	3002
1. Buchauszug als vertretbare Handlung .....	3002
2. Der Erfüllungseinwand .....	3002
3. Grenzen einer digitalen Bucheinsicht .....	3003
§ 92. Schiedsverfahren .....	3004
Einführung .....	3005
1. Historischer Kontext .....	3006
2. Wirtschaftliche Bedeutung .....	3006
3. Nationale und internationale Schiedsverfahren .....	3007
4. Warum Schiedsgerichtsbarkeit .....	3007
I. Grundsätze der Schiedsgerichtsbarkeit .....	3009
1. Parteiautonomie .....	3009
2. Vertraulichkeit und Nichtöffentlichkeit .....	3010
3. Rechtliches Gehör .....	3012
II. Institutionelle und ad-hoc-Schiedsverfahren .....	3012
1. Institutionelle Schiedsverfahren .....	3013
2. Ad-hoc-Schiedsverfahren .....	3014
3. Institutionell versus ad-hoc .....	3015
III. Schiedsvereinbarung .....	3016
1. Rechtsnatur und Doctrine of Separability .....	3016
2. Voraussetzungen .....	3017
3. Stellvertretung .....	3019
4. Wirksamkeit .....	3020
5. Rechtsfolge .....	3020
IV. Das Schiedsgericht .....	3022
1. Einzel- und Dreierschiedsgericht: Benennungsverfahren .....	3022
2. Ersatzbenennung .....	3023
3. Bestellung .....	3023
4. Persönliche Anforderungen an Schiedsrichter .....	3024
5. Ablehnung von Schiedsrichtern .....	3024
6. Mehrparteienschiedsverfahren .....	3025
V. Schiedsrichtervertrag .....	3026
1. Schiedsrichterhonorar .....	3027
2. Schiedsrichterhaftung .....	3027
3. Beendigung des Schiedsrichtervertrags .....	3028
VI. Beginn des Schiedsverfahrens .....	3028
1. Schiedsverfahrensantrag (nur bei ad-hoc-Verfahren) .....	3028
2. Schiedsklage und Klageerwiderung .....	3028
3. Wirkung des Verfahrensbeginns .....	3029
VII. Ablauf des Schiedsverfahrens .....	3030
1. Verfahrenskonferenz (Case Management Conference) .....	3030

2. Weiterer Schriftsatzwechsel .....	3030
3. Mündliche Verhandlung .....	3030
VIII. Beweiserhebung .....	3031
1. Maßstab der Beweismittel .....	3031
2. Beweismittel .....	3032
IX. Ende des Schiedsverfahrens .....	3033
1. Schiedsspruch .....	3034
2. Beendigungsbeschluss .....	3036
3. Kosten des Schiedsverfahrens .....	3036
X. Besondere Verfahrenskonstellationen .....	3036
1. Säumnis .....	3036
2. Aufrechnung .....	3037
3. Widerklage .....	3037
4. Parteierweiterung (Joinder) .....	3038
5. Streitverkündung/Nebenintervention .....	3038
6. Einstweiliger Rechtsschutz .....	3038
XI. Vollstreckung, Aufhebung und Anerkennung .....	3039
1. Aufhebung eines Schiedsspruchs .....	3040
2. Vollstreckbarerklärung inländischer Schiedssprüche .....	3041
3. Anerkennung und Vollstreckung ausländischer Schiedssprüche .....	3042
§ 93. Mediation im Vertriebsrecht .....	3043
I. Einleitung .....	3045
II. Geschichtliche Entwicklung .....	3045
III. Regelungen des Mediationsgesetzes .....	3046
1. Allgemeines .....	3046
2. Die Regelungen im Einzelnen .....	3047
IV. ZPO und gütliche Streitbeilegung, Güterichter .....	3049
1. Alternative Konfliktbeilegung in gerichtlichen Verfahren .....	3049
2. Güterichter .....	3049
3. Gerichtliches Vorschlagsrecht für außergerichtliche Konfliktbeilegung .....	3050
4. Anwendbarkeit in allen Gerichtsbarkeiten .....	3050
V. Andere Verfahren der außergerichtlichen Konfliktbeilegung .....	3050
1. Verfahren, in denen die Beteiligten die Konfliktlösung selbst bestimmen .....	3050
2. Verfahren, in denen ein Dritter das Ergebnis bindend bestimmt ..	3051
3. Verfahrenskombinationen .....	3052
VI. Wesensmerkmale und Verfahrensprinzipien der Mediation .....	3052
1. Wesensmerkmale im Einzelnen .....	3053
2. Verfahrensprinzipien .....	3053
VII. Ablauf der Mediation .....	3054
1. Ausgangssituation und Verfahrensdesign .....	3054
2. Vorlaufphase .....	3054
3. Eröffnung und Kontrakt .....	3055
4. Themensammlung .....	3055
5. Interessenklärung .....	3056
6. Optionensuche .....	3056
7. Verhandeln .....	3057
8. Vereinbaren .....	3057
VIII. Person und Rolle des Mediators .....	3058
1. Haltung und Einstellung .....	3058
2. Aufgaben des Mediators .....	3058
3. Persönliche Neutralität .....	3058

4. Verfahrensneutralität .....	3059
5. Kommunikationstechniken .....	3059
6. Fragetechniken .....	3059
7. Kreativitätstechniken .....	3059
8. Verfahrensorganisation .....	3060
IX. Besondere Formen der Mediation .....	3060
1. Überblick .....	3060
2. Co-Mediation .....	3060
3. Kurz-Zeit-Mediation .....	3061
X. Vorteile der Mediation im Wirtschafts- und Vertriebsrecht .....	3062
1. Das Prinzip der Freiwilligkeit .....	3062
2. Kosten- und Zeitersparnis .....	3062
3. Verbesserte Geschäftsbeziehungen .....	3063
4. Gegenwarts- und Zukunftsorientierung .....	3063
5. Reduzierung der inneren Kosten .....	3064
6. Vorrang unternehmerischer Zielsetzungen .....	3064
7. Eigene Entscheidungskompetenz .....	3064
XI. Besonderheiten der Mediation im Vertriebsrecht .....	3064
1. Abfolge von Streitbelegungsverfahren .....	3064
2. Differenzierung nach Rechts- und Streitfragen .....	3065
3. Bereiche mit besonderem Streit- und Konfliktpotenzial .....	3065
4. Beendigung der Kommunikation .....	3065
XII. Kosten der Mediation und Vergütung der Mediatoren .....	3066
1. Kostentragungspflicht der Parteien .....	3066
2. Vergütung des Mediators .....	3066
3. Kostenvorteile im Vergleich .....	3067
4. Kostenfestsetzung im nachfolgenden streitigen Verfahren .....	3067
5. Kostenvorteile aus unternehmerischer Sicht .....	3067
XIII. Mediationsklauseln und Mediationsvereinbarungen mit Mustern .....	3068
1. Mediationsklauseln in Vertriebsverträgen .....	3068
2. Mediationsvereinbarungen .....	3068
XIV. Abschlussvereinbarung und Vollstreckbarkeit .....	3069
1. Abschlussvereinbarung .....	3069
2. Aufgabe des Mediators bei der Abfassung der Abschlussvereinbarung .....	3069
3. Zeitpunkt der Abschlussvereinbarung .....	3070
4. Charakter, Form und Inhalt der Abschlussvereinbarung .....	3070
5. Vollstreckbarkeit der Abschlussvereinbarung .....	3070
XV. Anlagen und Muster .....	3071
MERKBLATT MEDIATIONSVERFAHREN NACH DEN MEDIATIONSREGELN DES DEUTSCHEN FRANCHISEVERBANDS E. V. ....	3071
MEDIATIONSREGELN .....	3072
MEDIATIONSVEREINBARUNG .....	3075
Mediationsvereinbarung .....	3077
Hamburger Mediationsordnung für Wirtschaftskonflikte .....	3080
Sachverzeichnis .....	3085