
Allgemeine Geschäftsbedingungen

Elvira Schad, Büro Dortmund

Händlerverträge/ Selektivvertrieb

Gegenstand eines Verfahrens der Wettbewerbszentrale im unternehmerischen Geschäftsverkehr sind Klauseln, die ein Hersteller von Schulranzen und Rucksäcken für den Vertrieb seiner Markenprodukte in einem selektiven Vertriebssystem gegenüber angeschlossenen Vertragshändlern/Einzelhändlern verwendet. Die „Auswahlkriterien für den Selektivvertrieb“ sehen unter anderem vor, dass in der Werbung reißerische, marktschreierische Aussagen zu unterlassen sind. Als Definition hierfür führt die Klausel aus: „Hierunter fallen insbesondere eine Gegenüberstellung von durchgestrichenen UVP und Verkaufspreisen oder Werbeaussagen, die den unzutreffenden Eindruck erwecken, die Vertragsprodukte würden zu Schleuderpreisen (Schnäppchenpreisen, Sparpreisen etc.) angeboten.“ Von besonderem Interesse ist in diesem Fall das Werbeverbot der Gegenüberstellung einer durchgestrichenen UVP mit dem geforderten Preis. Grundsätzlich hat der Hersteller ein berechtigtes Interesse, dass seine Markenwaren nicht verramscht werden. Die Vertragsbedingungen dürfen die Händler nicht unangemessen in ihrer Werbe- und Vertragsfreiheit beeinträchtigen. Eine solche unangemessene Beeinträchtigung sieht die Wettbewerbszentrale in der Klausel und forderte den Hersteller zur Abgabe einer Unterlassungserklärung auf, die auch vorsehen sollte, dass er sich in Zukunft nicht mehr bei der Abwicklung der Ver-

träge auf diese Klausel berufen darf. Die Sache musste einer gerichtlichen Klärung zugeführt werden. Das Landgericht Köln bestätigte die Rechtsauffassung der Wettbewerbszentrale und führt in seiner Entscheidung aus, Begriffe wie marktschreierisch, reißerisch und Schleuderpreise seien auch unter Berücksichtigung der Definition in der Klausel intransparent. Insbesondere sei die Gegenüberstellung von durchgestrichenen UVP und Verkaufspreisen aus objektiver Sicht nicht reißerisch oder marktschreierisch, was auch für Sparpreise gelte, die nicht mit Schleuderpreisen gleichzusetzen seien. Die Klausel werfe die Frage auf, wie der Vertragshändler überhaupt noch ein von ihm preisermäßigt angebotenes Produkt des Herstellers bewerben könne.

In einer weiteren Klausel verbot der Hersteller seinen Vertragshändlern die Kombination seiner Produkte, mit Waren anderer Hersteller. Auch diese Klausel sei unwirksam, das Landgericht sieht ein überwiegendes Interesse der Vertragshändler, ihren Kunden durch Zugabe günstiger Fremdprodukte einen Anreiz zum Kauf des höherpreisigen Produktes zu geben. Die vom Hersteller behauptete mögliche Übertragung eines Negativimages eines Fremdproduktes auf ihr Markenprodukt sei fernliegend.

Zu klären ist in diesem Verfahren die häufig gestellte Frage, ob im unternehmerischen Geschäftsverkehr in AGB Schriftformklauseln vereinbart werden können, die die Wirksamkeit von mündlichen Nebenabreden, Ergänzungen und Änderungen des Vertrages betreffen. Grundsätzlich haben auch im unternehmerischen Geschäftsverkehr Individualabreden Vorrang

(§ 305 b BGB). Eine solche Klausel kann nach Auffassung des Gerichts auch bei geschäftserfahrenen Vertragspartnern einen unzutreffenden Eindruck von der Rechtslage erwecken.

In einer weiteren Klausel behält sich der Hersteller vor, bei rechtzeitig gerügten Mängeln der gelieferten Vertragswaren nach eigener Wahl eine Ersatzlieferung oder eine Nachbesserung vorzunehmen. Diese Klausel ist geeignet, die Vertragshändler zwischen den Bedingungen des Herstellers und zwingenden gesetzlichen Verbraucherrechten in die Zange zu nehmen. Verbraucher haben nach § 439 Abs. 1 BGB das Wahlrecht bei einer mangelhaften Ware zwischen Neulieferung und Nachbesserung. Die Klausel ist unwirksam, da die Regressansprüche des Vertragshändlers mit den Ansprüchen der Verbraucher gleichgestellt werden müssen. Dem stimmte auch das Landgericht Köln zu. Die Vertragshändler müssen gemäß Gesetz gegenüber Verbrauchern unter Umständen einen Ersatz leisten, den sie nach der Klausel nicht vom Hersteller ausgeglichen bekommen.

In diesem Verfahren sind einige für die Wirtschaft wichtige Fragen zu klären, gegen die Entscheidung wurde Berufung eingelegt (LG Köln, Urteil vom 11.07.2018, Az. 26 O 128/17; OLG Köln Az. 6 U 154/18; siehe auch News vom 09.08.2018 https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=3059; DO 1 0315/16).

Einkaufsbedingungen von Einkaufsgesellschaften im Möbelhandel

Die Wettbewerbszentrale hat im Berichtsjahr Garantieklauseln und Vertragsstrafe- sowie Schadensersatzklauseln aus Allgemeinen Geschäftsbedingungen von vier Einkaufsgesellschaften des Möbelhandels als unwirksam beanstandet. Die Einkaufsgesellschaften verhandeln Rahmenverträge für ihre Mitglieder mit der Möbelindustrie, die die Konditionen enthalten, die als Grundlage für die Verkaufsgeschäfte zwischen den angeschlossenen Möbelhändlern und der Möbelindustrie dienen. Die beanstandete Garantieklausel sieht für alle

Verkaufsvorgänge vor, dass die Lieferzeit garantiert wird. Die Lieferzeit wird in Rahmenvereinbarungen vor Abschluss der Kaufverträge festgehalten und gilt für alle Fälle. Die Industrieunternehmen als Vertragspartner haften bei jeder Lieferverzögerung unabhängig vom Verschulden. Daneben werden Schadensersatz- oder Vertragsstrafenklauseln in den Verträgen vereinbart, die bei Lieferfristüberschreitung die Zahlung einer Schadenspauschale oder einer Vertragsstrafe vorsehen. Die Schadenspauschale oder die Vertragsstrafe werden folglich fällig, auch wenn der Hersteller die Lieferfristüberschreitung nicht zu vertreten hat. Die Wettbewerbszentrale hält die Klauseln für unwirksam, da sie dem Grundsatz keine Haftung ohne Verschulden widersprechen. Die Höhen der Schadenspauschalen und der Vertragsstrafen wurden zudem als unangemessen beanstandet. Die aufgeworfenen Fragen sollen in einem Grundsatzverfahren vor Gericht geklärt werden (DO 1 0523/17, DO 1 0108/18, DO 1 0109/18, DO 1 0110/18).

Allgemeine Geschäftsbedingungen in Verbraucherverträgen

In der Beratungs- und Rechtsverfolgungspraxis taucht gelegentlich die Frage auf, in welchem zeitlichen Rahmen entgeltlich abgegebene Gutscheine für Wareneinkäufe oder Dienstleistungen befristet werden dürfen. Die Wettbewerbszentrale rät, derartige Gutscheine nicht auf einen Zeitraum unter der regelmäßigen Verjährungsfrist von drei Jahren zu befristen (§ 195 BGB). Diese Auffassung hat nun auch das Landgericht Köln (Anerkenntnisurteil vom 31.01.2018, Az. 26 O 310/17) in einem Verfahren der Wettbewerbszentrale bestätigt. Ein Massagesalon verkaufte auf ein Jahr befristete Gutscheine für seine Dienstleistungen. Diese vertragliche Vereinbarung wurde als unwirksame Klausel beanstandet, da sie unter der Verjährungsfrist von drei Jahren lag (DO 1 0156/17).

Quelle: Auszug aus dem Jahresbericht der Wettbewerbszentrale 2018, im Volltext abzurufen unter www.wettbewerbszentrale.de