

ZVertriebsR

Zeitschrift für Vertriebsrecht

www.ZVertriebsR.de

Handelsvertreterrecht
Vertragshändlerrecht
Vertriebskartellrecht
Franchiserecht
Online-Vertriebsrecht

Herausgeber:

Eckhard Flohr
Michael Martinek
Karsten Metzloff
Franz-Jörg Semler
Ulf Wauschkuhn

Aus dem Inhalt

- Dr. Mathias Reif/Felix David, LL.M.*
Zur Verjährung des Buchauszugsanspruchs des Handelsvertreeters gemäß § 87c Abs. 2 HGB – 11 Jahre der Diskussion und kein Ende in Sicht 343
- Univ.-Prof. Dr. Dr. Dr. h.c. mult. Michael Martinek*
Die rechtsdogmatische Aporetik komplexer vertraglicher Vertriebssysteme 350
- Prof. Dr. Annie Bottiau*
Die vertriebsrechtliche Bedeutung des neuen französischen Macron-Gesetzes 354
- OLG Celle*
Zur Verkürzung der Verjährungsfrist des Anspruchs auf Erteilung eines Buchauszugs 358
- LG Düsseldorf*
Auskunftspflicht des Unternehmers über die von diesem erzielten Deckungsbeiträge 362
- LAG Düsseldorf*
Gesellschafterwechsel ist kein Betriebsübergang; Alemo-Herron 364
- KG*
Unvollständige Angabe der Höhe der Versandkosten bei dem Angebot eines Versands in das Ausland 371
- EuGH*
Höhe der Geldbuße für kartellrechtliche Zuwiderhandlungen 375
- OLG München*
Zur internationale Zuständigkeit deutscher Gerichte gemäß § 23 ZPO 381



C.H. BECK

6/2015

S. 341–408, 2. Dezember 2015
4. Jahrgang



P050201506

Buchbesprechung

Nina Ollinger/Thomas Ollinger

Online versus stationär: Zwei Handlungsformen im Spannungsfeld – Wirtschaftliche Entscheidungsgrundlagen, rechtliche Gestaltungsmöglichkeiten

2015. 157 Seiten, broschiert. NWV Verlag GmbH, Wien. ISBN 978-3-7083-1032-9. 29,80 €.

Alle produzierenden und mit Waren handelnden Unternehmen stehen vor der Entscheidung, in welchem Umfang und in welcher Form der Vertrieb über das Internet erfolgen soll. Ob überhaupt Online-Vertrieb in Betracht kommt, diese Frage stellt sich heute allenfalls noch für singuläre Luxusgüter. Tragischer Weise schreitet die diesbezügliche Entwicklung so schnell voran, dass weder die Rechtsprechung und noch viel weniger die Gesetzgebung mit ihr Schritt halten können. So stellen sich einerseits gegenüber dem Endkunden stets Verbraucherschutzrechtliche Fragen, andererseits gegenüber Vertriebsmittlern kartellrechtliche, wettbewerbsrechtliche, und allgemeine zivilrechtliche Fragen. Von Bedeutung ist hier vor allem jedoch das Vertriebskartellrecht, welches sich in diesem Bereich mit Fragen der Zulässigkeit von regulierenden Vereinbarungen zwischen Herstellern, Großhändlern, und Franchisegebern auf der einen, sowie Einzelhändlern und Franchisenehmern auf der anderen Seite beschäftigt.

Die äußerst umtriebige Rechtsanwältin Dr. Nina Ollinger („Wohlfühlkanzlei im Wienerwald“) hat sich in den vergangenen Jahren als einer der wenigen österreichischen Franchisespezialisten etabliert. Mit ihrem Ehemann, dem Unternehmer und Unternehmensberater Dr. Thomas Ollinger, hat sie nunmehr ihr erstes Werk zum Online-Vertrieb vorgelegt. Nach eigener Darstellung zunächst konzipiert als Handreichung für Unternehmer und Entscheider in Unternehmen, stellt das übersichtliche und gut lesbare Bändchen doch eine hervorragende Ergänzung einer jeden anwaltlichen vertriebsrechtlichen Bibliothek dar, insbesondere für jene Kollegen, die zwar im Vertriebsrecht spezialisiert sind, jedoch nicht tagtäglich mit dem Vertriebskartellrecht konfrontiert werden. Ein juristisches Handbuch zu genau diesem Thema nämlich fehlt bisher nach Kenntnis des Rezensenten, sämtliche erforderlichen Informationen müssen stets mühsam aus unterschiedlichen Kommentaren, Handbüchern, und Rechtsprechungs-sammlungen zusammengesucht werden.

Dass dieses Buch auf der Grundlage des österreichischen Rechts verfasst wurde, spielt angesichts der Dominanz des europäischen Kartellrechts und ausweislich der in dem Band ganz überwiegend in Bezug genommenen deutschen Rechtsprechung kaum eine Rolle, soweit es um eine Verwendung in einer deutschen Kanzlei geht.

Nach einer allgemeinen Einleitung und einer sowohl wirtschaftlichen als auch rechtlichen Darstellung der relevan-

ten Grundlagen werden zunächst, sowohl aus betriebswirtschaftlicher als auch aus rechtlicher Sicht, die sich stellenden Probleme bei der Überlegung und bei der Entscheidung für direkte oder indirekte, stationäre oder Online-Marktbearbeitung dargestellt. Der Hauptteil des Buches befasst sich dann mit 13 verschiedenen in der Praxis üblichen oder denkbaren Vereinbarungen der Restriktion bzw. der Gestaltung des Online-Vertriebs, jeweils wiederum untergliedert in eine wirtschaftliche und rechtliche Einführung, in eine Einschätzung der jeweils betreffenden Vereinbarung hinsichtlich ihrer rechtlichen Zulässigkeit bei Bagatellkartellen, bei kleinen, mittleren und marktbeherrschende Unternehmen, sowie bei selektiven Vertriebssystemen. Abgeschlossen wird jedes Unterkapitel dann durch einen entsprechenden Praxistipp. Während beispielsweise die Ausführungen hinsichtlich einer Vereinbarung eines völligen Verbots des Internetvertriebs oder hinsichtlich einer Festsetzung der Verkaufspreise keine rechtlichen Überraschungen bereithalten, so sind die Fragen, in welchem Rahmen der Verkauf über Auktionsplattformen beschränkt werden kann, inwieweit Doppelpreissysteme zulässig sind, oder welche Qualitätsanforderungen an die Verwendung des Internets gestellt werden dürfen, ungleich spannender. Abgerundet wird das Buch durch eine zusammenfassende tabellarische Darstellung aller abgehandelten Vereinbarungen und deren rechtliche Zulässigkeit für die unterschiedlichen Typen von Vertriebssystemen.

Beim ersten Lesen überrascht zunächst, dass sich in jedem der Abschnitte des Hauptteils die Definitionen für Bagatellkartell, Kleinunternehmen, mittleres Unternehmen usw. stets wiederholen. Hat man jedoch die Anwendung des Bandes im Rahmen eines schnellen Nachschlagewerks in der Praxis im Blick, so erscheint dies plausibel und erspart umfangreiches Blättern. Die dogmatischen Ausführungen halten sich angesichts der Zielrichtung des Buches in Grenzen, die umfassenden Verweise auf aktuelle obergerichtliche Rechtsprechung und einschlägige Entscheidungen des Bundeskartellamtes einschließlich umfassender Darstellung von Beispielfällen schaffen jedoch einen schnellen Überblick und ermöglichen gegebenenfalls einen zielgerichteten Einstieg in rechtlich diffizilere Fallbearbeitungen.

Mir als Vertriebsrechtler hat es uneingeschränkt Spaß gemacht, dieses Büchlein von vorne bis hinten zu lesen. Stets gab es erhellende rechtliche Einschätzungen von Seiten der Verfasserin, und auch die betriebswirtschaftlichen Erwägungen im Rahmen der zielgerichteten Gestaltung der Vertriebswege sollten ja schließlich für den Rechtsanwalt stets im Blick bleiben. Ich bin überzeugt davon, dass dieses Buch in meiner Praxis zukünftig meist der erste Anlaufpunkt bei Fragen der Gestaltung von Vertriebsverträgen oder von isolierten Vereinbarungen zwischen Herstellern und Fachhändlern sein wird, wenn es um die Kanalisierung der Vertriebswege geht.

Rechtsanwalt Martin Niklas, Essen