

Inhaltsübersicht

Einleitung	29
-------------------------	----

Kapitel 1

Grundlagen und Einführung in die Thematik	32
--	----

Abschnitt 1

Handelsrechtliche Grundlagen der Handelsvertretung	32
---	----

A. Handelsvertreter im Sinne der Handelsvertreter-Richtlinie und des HGB	33
I. Rechtsgrundlagen und deren Auslegung	33
II. Begriff des Handelsvertreters im Handelsrecht	34
III. Wesentliche Pflichten	38
IV. Erscheinungsformen der Handelsvertretung	42
B. Auswahl typischer Vertriebsbindungen in einem Handelsvertretervertrag	44
I. Vorgaben zu Preisen und Geschäftskonditionen	44
II. Provisionsweitergabeverbot	44
III. Gebiets- und Kundenbeschränkungen	45
IV. Alleinvertriebsverpflichtung	46
V. Wettbewerbsverbot	46
C. Abgrenzung zu anderen Vertriebsformen	47
I. Angestellter im Vertrieb	48
II. Kommissionär und Kommissionsagent	49
III. Vertragshändler	50
IV. Franchisenehmer	51

Abschnitt 2

Handelsvertreter im kartellrechtlichen Kontext	52
---	----

A. Wesentliche Zielsetzung und Funktionsweise des Kartellrechts	52
I. Wesentliche Zielsetzung des europäischen Kartellrechts	52
II. Relevante Grundzüge der „Funktionsweise“/Systematik des europäischen Kartellrechts in Zusammenhang mit Handelsvertreterverträgen	54
III. Konsequenzen eines Verstoßes gegen Art. 101 AEUV	67

B. Schwierigkeiten der kartellrechtlichen Beurteilung des Handelsvertreter-Verhältnisses – Problemaufriss	69
I. Handelsvertreterprivileg	69
II. Echter und unechter Handelsvertreter	72
III. Produkt- und Vermittlungsmarkt	74
IV. Mehrfirmenvertretung und Handelsvertreter mit Doppelpprägung	75
V. Online-Handelsplattformen als echte Handelsvertreter?	77

Kapitel 2

Gesamtkonzept zum Handelsvertreterprivileg	79
---	----

Abschnitt 1

Ausgangspunkt der Diskussion: Weihnachtsbekanntmachung	80
---	----

A. Definition des Handelsvertreters	80
B. Funktionale Betrachtung anhand der Risikoverteilung	81
C. Reichweite der Privilegierung	82
D. Unterscheidung zwischen Produkt- und Vermittlungsmarkt	82
I. Produktmarkt	82
II. Vermittlungsmarkt	83

Abschnitt 2

Herleitung des Prüfungskonzepts	84
--	----

A. Konzeptteil für den Produktmarkt	85
I. Wirtschaftliche Einheit auf dem Produktmarkt	86
II. Schematische Darstellung eines groben Konzeptentwurfs für den Produktmarkt	94
B. Konzeptteil für den Vermittlungsmarkt	98
I. Keine wirtschaftliche Einheit auf dem Vermittlungsmarkt	99
II. Funktionsnotwendigkeit von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	100
III. Schematische Darstellung eines groben Konzeptentwurfs für den Vermittlungsmarkt	106
C. Zusammenfassung zur Herleitung des Konzeptentwurfs	108

Abschnitt 3

Kritische Würdigung des Prüfungskonzepts

109

A. Vereinbarkeit mit der einschlägigen Rechtsprechung	109
I. Consten/Grundig – EuGH – 13.7.1966	110
II. Italienische Klage – EuGH – 13.7.1966	112
III. SuikerUnie – EuGH – 16.12.1975	113
IV. Flämische Reisebüros – EuGH – 01.10.1987	121
V. BKartA/VW u. VAG-Leasing – EuGH – 24.10.1995	126
VI. Minoan Lines – EuG – 11.12.2003	129
VII. DaimlerChrysler – EuG – 15.9.2005	133
VIII. CEPSA I – EuGH – 14.12.2006	135
IX. CEPSA II – EuGH – 11.9.2008	140
X. Voestalpine – EuG – 15.7.2015	144
XI. Die relevante Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs im Überblick	147
XII. Zusammenfassung und Bezug zum Konzeptentwurf	152
B. Vereinbarkeit mit den Vertikal-Leitlinien der EU-Kommission	157
I. Vertikal-Leitlinien (2000)	158
II. Vertikal-Leitlinien (2010)	168
III. Bewertung der Vertikal-Leitlinien vor dem Hintergrund der Unionsrechtsprechung	176
IV. Bezug zum Konzeptentwurf	178
C. Andere Lösungsansätze in der Literatur	180
I. Eingliederung und Risikoverteilung als separate Prüfungskriterien	180
II. Dogmatische Anknüpfung an das Tatbestandsmerkmal der Wettbewerbsbeschränkung	182
III. „Normale Prüfung“ des Art. 101 AEUV	192
IV. Gemeinsamer Kerngehalt und Bezug zum Konzeptentwurf	195
D. Zusammenfassung zur Würdigung des Konzeptentwurfs	196

*Kapitel 3***Konkretisierung des Gesamtkonzepts**

197

Abschnitt 1

Abgrenzung von echtem und unechtem Handelsvertreter

197

A. Konkretisierung der Abgrenzungskriterien	198
I. Risiken	198
II. Weitere Indizien	239
III. Keine Förderung kollusiven Verhaltens als Kriterium?	241

B. Aspekte bei der Beurteilung der relevanten Risiken	244
I. Prüfungsreihenfolge der Kriterien	244
II. Fokus der Risikobetrachtung	245
III. Umfang der zulässigen Risikotragung	253
IV. (Pauschale) Abgeltung relevanter Kosten	270
V. Gruppierung und abstrakte Gewichtung relevanter Risiken?	281

Abschnitt 2

Funktionsnotwendigkeit von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen 285

A. Hinter der Vermittlungsmarkt-Vereinbarung stehende Interessen	286
B. Objektive Notwendigkeit	287
I. Geeignetheit	288
II. Verhältnismäßigkeit	288
III. Maßstab zur Beurteilung der Notwendigkeit	290
C. Keine Marktabschottung	292
D. Zusammenfassende Übersicht zur Beurteilung der Funktionsnotwendigkeit	294

Kapitel 4

Anwendung des Gesamtkonzepts 296

Abschnitt 1

Typische Vereinbarungen in echten Handelsvertreterverträgen 296

A. Preis- und Konditionsvorgaben	297
B. Gebiets- und Kundenbeschränkungen	298
C. Verbot der Provisionsweitergabe	299
I. Zuordnung zum Produktmarkt	300
II. Einklang mit Rechtsprechung und Vertikal-Leitlinien (2010)	302
D. Wettbewerbsverbote	303
I. Wettbewerbsverbote während der Vertragslaufzeit	303
II. Nachvertragliche Wettbewerbsverbote	312
E. Alleinvertriebsvereinbarung	314
I. Interessen	315
II. Objektive Notwendigkeit	315
III. Keine Marktabschottung	317
F. Zusammenfassung zur Bewertung von typischen Vereinbarungen in Handelsvertreterverträgen	317

Abschnitt 2

Anwendung auf ausgewählte Probleme 318

A. Mehrfirmenvertreter	318
B. Handelsvertreter mit Doppelprägung	320
I. Umfang der Eigenhändlerstätigkeit	322
II. Relevante Risiken einer Eigenhändlerstätigkeit	325
III. Ausschluss einer echten Handelsvertretung	326
C. Online-Handelsplattformen	328
I. Echter Handelsvertreter	328
II. Mehrfirmenvertretung und Doppelprägung	331
D. Reichweite der Privilegierung	332
I. (Potenziell) Privilegiert	332
II. Nicht privilegiert	333
E. Zusammenfassung zur Anwendung auf ausgewählte Probleme	334

Kapitel 5

Novellierung der Vertikal-Leitlinien (2010) 335

Abschnitt 1

Prozess der Novellierung 335

Abschnitt 2

Erfordernis einer Novellierung 336

A. Definition des Handelsvertreters	337
I. Eigentumserwerb	338
II. Unbedeutende Risiken	338
III. Risikoabgeltung durch Pauschalen	339
IV. Marktspezifische Investitionen	340
B. Reichweite der Regelungen	344
C. Anwendung der Regelungen	345
D. Zusammenfassung zum Erfordernis einer Novellierung	346

Kapitel 6

Erkenntnisse dieser Arbeit	348
-----------------------------------	-----

Abschnitt 1

Zusammenfassung	348
------------------------	-----

A. Vorgehensweise bei der Beurteilung	349
I. Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	349
II. Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	353
B. Anwendung	354
C. Novellierung der Vertikal-Leitlinien (2010)	354

Abschnitt 2

Schematische Darstellung des Gesamt-Prüfungskonzepts	355
---	-----

A. Konzeptteil für Produktmarkt-Vereinbarungen	355
B. Konzeptteil für Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	361

Literaturverzeichnis	363
-----------------------------	-----

Stichwortverzeichnis	371
-----------------------------	-----

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	29
-------------------------	----

Kapitel 1

Grundlagen und Einführung in die Thematik	32
--	----

Abschnitt 1

Handelsrechtliche Grundlagen der Handelsvertretung	32
A. Handelsvertreter im Sinne der Handelsvertreter-Richtlinie und des HGB	33
I. Rechtsgrundlagen und deren Auslegung	33
II. Begriff des Handelsvertreters im Handelsrecht	34
1. Gewerbetreibender	35
2. Selbstständigkeit	36
3. Tätigkeit für einen anderen Unternehmer	37
III. Wesentliche Pflichten	38
1. Handelsvertreter	38
a) Interessenwahrungspflicht	38
b) Bemühen um Vermittlung oder Abschluss von Geschäften	39
c) Weisungsgebundenheit	40
2. Geschäftsherr	40
IV. Erscheinungsformen der Handelsvertretung	42
1. Abschluss- und Vermittlungsvertreter	42
2. Art der Tätigkeit eines Handelsvertreters	42
3. Kartellrechtlich besonders relevante Ausgestaltungen	43
B. Auswahl typischer Vertriebsbindungen in einem Handelsvertretervertrag	44
I. Vorgaben zu Preisen und Geschäftskonditionen	44
II. Provisionsweitergabeverbot	44
III. Gebiets- und Kundenbeschränkungen	45
IV. Alleinvertriebsverpflichtung	46
V. Wettbewerbsverbot	46

C. Abgrenzung zu anderen Vertriebsformen	47
I. Angestellter im Vertrieb	48
II. Kommissionär und Kommissionsagent	49
III. Vertragshändler	50
IV. Franchisenehmer	51

Abschnitt 2

Handelsvertreter im kartellrechtlichen Kontext 52

A. Wesentliche Zielsetzung und Funktionsweise des Kartellrechts	52
I. Wesentliche Zielsetzung des europäischen Kartellrechts	52
II. Relevante Grundzüge der „Funktionsweise“/Systematik des europäischen Kartellrechts in Zusammenhang mit Handelsvertreterverträgen	54
1. Art. 101 Abs. 1 AEUV – Kartellverbot	54
a) Telos der Vorschrift	55
b) Tatbestand des Art. 101 Abs. 1 AEUV	56
aa) Kartellrechtlicher Unternehmensbegriff	56
(1) Wirtschaftliche Tätigkeit	57
(2) Wirtschaftliche Einheit	58
bb) Erfasste Verhaltensweisen	60
cc) Wettbewerbsbeschränkung	61
dd) Bezwecken und Bewirken	62
ee) Zwischenstaatlichkeitsklausel	62
ff) Spürbarkeit	62
2. Freistellungsmöglichkeiten vertikaler Vereinbarungen	63
a) Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung	64
b) Einzelfreistellung	65
3. Bedeutung der Vertikal-Leitlinien der EU-Kommission	66
III. Konsequenzen eines Verstoßes gegen Art. 101 AEUV	67
B. Schwierigkeiten der kartellrechtlichen Beurteilung des Handelsvertreter-Verhältnisses – Problemaufriss	69
I. Handelsvertreterprivileg	69
1. Unklarheiten bei der dogmatischen Anknüpfung der Privilegierung	69
2. Unklarheiten bei den Voraussetzungen einer Privilegierung	70
3. Folgen einer fehlenden Privilegierung	71
II. Echter und unechter Handelsvertreter	72
1. Bedürfnis nach einer gesonderten Bezeichnung	73
2. Wahl der Begrifflichkeit	74
III. Produkt- und Vermittlungsmarkt	74

IV. Mehrfirmenvertretung und Handelsvertreter mit Doppelprägung	75
V. Online-Handelsplattformen als echte Handelsvertreter?	77

Kapitel 2

Gesamtkonzept zum Handelsvertreterprivileg	79
---	-----------

Abschnitt 1

Ausgangspunkt der Diskussion: Weihnachtsbekanntmachung	80
---	-----------

A. Definition des Handelsvertreters	80
B. Funktionale Betrachtung anhand der Risikoverteilung	81
C. Reichweite der Privilegierung	82
D. Unterscheidung zwischen Produkt- und Vermittlungsmarkt	82
I. Produktmarkt	82
II. Vermittlungsmarkt	83

Abschnitt 2

Herleitung des Prüfungskonzepts	84
--	-----------

A. Konzeptteil für den Produktmarkt	85
I. Wirtschaftliche Einheit auf dem Produktmarkt	86
1. Rechtlicher Rahmen – Handelsvertretung i. S. d. Handelsvertreter-Richtlinie	87
a) Weisungsbefugnis	88
b) Fehlende Einflussmöglichkeit	88
2. Wirtschaftlicher Rahmen – Risikoverteilung	89
a) Risikoverteilung als Kriterium	90
b) Relevante Risiken und deren Verteilung auf dem Produktmarkt	91
3. Bedeutung der Eingliederung des Handelsvertreters	92
a) Schaubild	93
b) Erläuterung	93
II. Schematische Darstellung eines groben Konzeptentwurfs für den Produktmarkt	94
1. Schematische Darstellung	95
2. Erläuterung der Darstellung	96
a) Prüfungsschritte	96
b) Reichweite der Privilegierung	97
B. Konzeptteil für den Vermittlungsmarkt	98
I. Keine wirtschaftliche Einheit auf dem Vermittlungsmarkt	99

II. Funktionsnotwendigkeit von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	100
1. Ausgangspunkt der Überlegungen	101
a) Immanenztheorie als Ansatz	101
b) Vorgehensweise des EuGH	102
c) Gemeinsamer Kerngehalt	103
2. Übertragbarkeit auf die Handelsvertretung	103
a) Wettbewerbsneutrale oder wettbewerbsfördernde Wirkung des Grund- prinzips der Handelsvertretung	104
b) Unmittelbare Verbundenheit	105
c) Notwendigkeit von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen zur Funktions- fähigkeit einer Handelsvertretung	106
III. Schematische Darstellung eines groben Konzeptentwurfs für den Vermittlungs- markt	106
1. Schematische Darstellung	106
2. Erläuterung der Darstellung	107
a) Prüfungsschritte	107
b) Reichweite der Privilegierung	107
C. Zusammenfassung zur Herleitung des Konzeptentwurfs	108

Abschnitt 3

Kritische Würdigung des Prüfungskonzepts	109
A. Vereinbarkeit mit der einschlägigen Rechtsprechung	109
I. Consten/Grundig – EuGH – 13.7.1966	110
1. Sachverhalt und wesentliche Aussagen des EuGH	110
2. Analyse und Bewertung	111
II. Italienische Klage – EuGH – 13.7.1966	112
III. SuikerUnie – EuGH – 16.12.1975	113
1. Sachverhalt und wesentliche Aussagen des EuGH	113
2. Analyse und Bewertung	114
a) Dogmatische Anknüpfung	114
b) Voraussetzungen einer wirtschaftlichen Einheit	114
aa) Rechtliche Betrachtung	115
bb) Risikoverteilung	117
c) Doppelprägung des Handelsvertreters	117
d) Beurteilung von Wettbewerbsverboten	119
3. Ergebnis zur Rs. SuikerUnie	120
IV. Flämische Reisebüros – EuGH – 01.10.1987	121
1. Sachverhalt und wesentliche Aussagen des EuGH	121

2. Analyse und Bewertung	122
a) Dogmatische Anknüpfung	122
b) Wirtschaftliche Einheit	123
aa) Eingliederung bei Mehrfirmenvertretung möglich	123
bb) Keine Abweichung von der dogmatischen Vorgehensweise	123
3. Ergebnis zur Rs. Flämische Reisebüros	126
V. BKartA/VW u. VAG-Leasing – EuGH – 24. 10. 1995	126
1. Sachverhalt und wesentliche Aussagen des EuGH	126
2. Analyse und Bewertung	127
a) Dogmatische Anknüpfung	127
b) Voraussetzungen einer wirtschaftlichen Einheit	127
c) Doppelprägung	128
3. Ergebnis zur Rs. BKartA/VW u. VAG-Leasing	129
VII. Minoan Lines – EuG – 11. 12. 2003	129
1. Sachverhalt und wesentliche Aussagen des EuG	129
2. Analyse und Bewertung	130
a) Voraussetzungen einer wirtschaftlichen Einheit	130
aa) Handelsvertretung als Grundvoraussetzung	130
bb) Risikotragung	131
cc) Ausschließlichkeit	131
b) Unterscheidung von Produkt- und Vermittlungsmarkt	132
3. Ergebnis zur Rs. Minoan Lines	132
VII. DaimlerChrysler – EuG – 15. 9. 2005	133
1. Sachverhalt	133
2. Analyse und Bewertung	133
a) Dogmatische Anknüpfung	133
b) Voraussetzungen einer wirtschaftlichen Einheit	134
3. Ergebnis zur Rs. DaimlerChrysler	135
VIII. CEPSA I – EuGH – 14. 12. 2006	135
1. Sachverhalt	135
2. Analyse und Bewertung	136
a) Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	136
aa) Dogmatische Anknüpfung und Reichweite der Privilegierung	136
bb) Voraussetzungen einer wirtschaftlichen Einheit	137
b) Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	138
3. Ergebnis zur Rs. CEPSA I	139
IX. CEPSA II – EuGH – 11. 9. 2008	140
1. Ausgangslage	140

2. Analyse und Bewertung	140
a) Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	141
aa) Dogmatische Anknüpfung und Reichweite der Privilegierung	141
bb) Wirtschaftliche Einheit	141
b) Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	142
3. Ergebnis zur Rs. CEPSA II	143
X. Voest Alpine – EuG – 15.7.2015	144
1. Sachverhalt	144
2. Systematische Vorgehensweise des EuG	144
3. Analyse und Bewertung	145
a) Handelsvertretung als Grundvoraussetzung	145
b) Mehrfirmenvertretung	146
4. Ergebnis zur Rs. Voest Alpine	147
XI. Die relevante Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs im Überblick	147
1. Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	148
a) Dogmatische Anknüpfung	148
aa) Zweitvertrag	148
bb) Wirtschaftliche Einheit	148
b) Funktionale Betrachtung der Handelsvertretung	149
2. Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	150
3. Vergleich zur Unionsrechtsprechung	151
XII. Zusammenfassung und Bezug zum Konzeptentwurf	152
1. Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	153
a) Zusammenfassung der Auswertung der Rechtsprechung	153
b) Bezug zum Konzeptteil für den Produktmarkt	155
2. Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	156
a) Zusammenfassung der Auswertung der Rechtsprechung	156
b) Bezug zum Konzeptteil für den Vermittlungsmarkt	157
B. Vereinbarkeit mit den Vertikal-Leitlinien der EU-Kommission	157
I. Vertikal-Leitlinien (2000)	158
1. Inhalt der Vertikal-Leitlinien (2000) im Überblick	158
a) Handelsrechtliche Definition des Handelsvertreters in den Vertikal-Leitlinien	158
b) Echter Handelsvertreter	159
c) Reichweite der Privilegierung	159
2. Analyse und Bewertung	160
a) Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	160
aa) Dogmatische Anknüpfung	161
(1) Wortlaut	161
(2) Historie	161

(3) Systematik	162
(4) Telos	162
(5) Berücksichtigung der Entscheidungspraxis der EU-Kommission	163
bb) Voraussetzungen einer echten Handelsvertretung	164
b) Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	165
3. Ergebnis zu den Vertikal-Leitlinien (2000)	167
II. Vertikal-Leitlinien (2010)	168
1. Veränderungen im Vergleich zu den Vertikal-Leitlinien (2000)	168
a) Definition des Handelsvertreters in den Vertikal-Leitlinien (2010)	168
b) Anwendung von Art. 101 Abs. 1 AEUV auf Handelsvertreterverträge	169
2. Analyse und Bewertung	170
a) Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	170
aa) Dogmatische Anknüpfung	170
bb) Voraussetzungen einer Handelsvertretung im Sinne des Art. 101 Abs. 1 AEUV	172
(1) Handelsvertretung als Grundvoraussetzung	172
(2) Risikoverteilung	173
b) Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	174
3. Ergebnis zu den Vertikal-Leitlinien (2010)	174
III. Bewertung der Vertikal-Leitlinien vor dem Hintergrund der Unionsrechtsprechung	176
1. Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	176
2. Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	178
IV. Bezug zum Konzeptentwurf	178
1. Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	178
2. Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	179
C. Andere Lösungsansätze in der Literatur	180
I. Eingliederung und Risikoverteilung als separate Prüfungskriterien	180
1. Lösungsansatz im Überblick	180
2. Stellungnahme	181
II. Dogmatische Anknüpfung an das Tatbestandsmerkmal der Wettbewerbsbeschränkung	182
1. Notwendige Nebenabreden	182
a) Lösungsansatz im Überblick	182
b) Stellungnahme	184
2. Immanenz	185
a) Lösungsansatz im Überblick	185
b) Stellungnahme	187
3. Wettbewerbsfördernde Wirkung	188
a) Lösungsansatz im Überblick	188

b) Stellungnahme	189
4. Fehlende Wettbewerbskompetenz	190
a) Lösungsansatz im Überblick	190
b) Stellungnahme	191
III. „Normale Prüfung“ des Art. 101 AEUV	192
1. Lösungsansatz im Überblick	192
2. Stellungnahme	193
IV. Gemeinsamer Kerngehalt und Bezug zum Konzeptentwurf	195
D. Zusammenfassung zur Würdigung des Konzeptentwurfs	196

Kapitel 3

Konkretisierung des Gesamtkonzepts	197
---	------------

Abschnitt 1

Abgrenzung von echtem und unechtem Handelsvertreter	197
--	------------

A. Konkretisierung der Abgrenzungskriterien	198
I. Risiken	198
1. Nicht relevante Risiken im Überblick	199
a) Provisionsausfallrisiko	200
b) Allgemeine Investitionen	200
2. Relevante Risiko-Arten	201
a) Unmittelbar mit den Verträgen verbundene Risiken	203
aa) Kosten der Lieferung/Erbringung bzw. Erwerb von Waren oder Dienstleistungen	203
bb) Lagerung	204
cc) Unentgeltliche Rückgabe	205
dd) Produkthaftung	206
ee) Haftung für Erfüllung der Vertragspflichten seitens der Kunden	207
ff) Vorausdisposition und Zwischenfinanzierung	211
gg) Weitere Punkte in dieser Kategorie?	212
b) Risiken, die mit marktspezifischen Investitionen zusammenhängen	212
aa) Kriterien zur Abgrenzung allgemeiner und marktspezifischer Investi- tionen	214
(1) Auslegung des Begriffs „Geschäftsfeld“	215
(2) Nutzbarkeit und Veräußerbarkeit als Kriterien	218
(3) Anforderungen an Nutzbarkeit und Veräußerbarkeit	220
(4) Vorgehensweise in zwei Schritten	222

(5) Schwierigkeiten der Abgrenzung	223
bb) Anwendung der Abgrenzungskriterien	224
cc) Sonderfall: Verkaufsfördernde Maßnahmen	225
(1) Grundsatz zur Kostentragung bei verkaufsfördernden Maßnahmen	226
(2) Ausnahme: Freiwillige Investition in verkaufsfördernde Maßnah- me	227
(3) Anforderungen an die Freiwilligkeit	228
(4) Tragweite verkaufsfördernder Maßnahmen	229
c) Risiken in Verbindung mit anderen Tätigkeiten auf demselben Markt	229
aa) Historische Betrachtung	230
(1) Vertikal-Leitlinien (2000)	230
(2) Leitlinien-Entwurf aus Juli 2009	231
(3) Vertikal-Leitlinien (2010)	231
bb) Auswertung	232
(1) Tätigkeit als Eigenhändler	232
(2) Tätigkeit auf demselben sachlich relevanten Markt	233
(3) Verlangen der Tätigkeit	235
3. Kontrollfragen zur Einschätzung der Relevanz eines Risikos	236
4. Zusammenfassung und Stellungnahme zu den (nicht) relevanten Risiken ...	237
II. Weitere Indizien	239
1. Eigentum/Erbringen der Vertragsdienstleistung	239
2. Vetorechte des Absatzmittlers	240
III. Keine Förderung kollusiven Verhaltens als Kriterium?	241
1. Förderung kollusiven Verhaltens als Abgrenzungskriterium?	242
2. Förderung kollusiven Verhaltens als Ausschlussgrund der Privilegierung? ..	243
3. Klarstellung zur Reichweite der Privilegierung?	244
B. Aspekte bei der Beurteilung der relevanten Risiken	244
I. Prüfungsreihenfolge der Kriterien	244
II. Fokus der Risikobetrachtung	245
1. Betrachtung des jeweiligen Vertreterverhältnisses	245
a) Rechtsprechung	246
b) Vertikal-Leitlinien (2010)	247
c) Dogmatische Betrachtung	247
2. Fokus bei Betrachtung des jeweiligen Vertreterverhältnisses	249
a) Einbeziehung aller Umstände des Einzelfalls	250
b) Keine getrennte Betrachtung der verschiedenen Risiko-Kategorien	251
aa) Bedeutung für die Praxis	251
bb) Stellungnahme	252
3. Zusammenfassung zum Fokus der Risikobetrachtung	252

III. Umfang der zulässigen Risikotragung	253
1. Übernahme keiner vs. unbedeutender Risiken	253
a) Rechtsprechung der Unionsgerichte und des Bundesgerichtshofs	254
b) Vertikal-Leitlinien (2010)	255
aa) Wortlaut	256
bb) Systematische Auslegung	256
cc) Historische Auslegung	258
dd) Teleologische Auslegung	260
2. Umfang unbedeutender Risiken	260
a) Vertikal-Leitlinien	261
b) Rechtsprechung	261
3. Indikatoren zur Beurteilung der „Bedeutsamkeit“	262
a) Kostenbetrachtung	263
b) Wahrscheinlichkeit der Realisierung	265
c) Der Umgang mit qualitativen Faktoren und Unwägbarkeiten	265
d) Versicherungen zur Beseitigung von Unwägbarkeiten	266
e) Konkrete Betrachtung des Einzelfalls und Gesamtbetrachtung	267
aa) Betrachtung des konkreten Einzelfalles	267
bb) Gesamtbetrachtung aller Umstände des Einzelfalles	268
4. Zusammenfassung und Stellungnahme	269
IV. (Pauschale) Abgeltung relevanter Kosten	270
1. Ausgangspunkt der Problematik	270
2. Grundsätzliche Zulässigkeit einer Abgeltung	271
3. Zulässigkeit einer pauschalen Abgeltung	272
a) Bedürfnis nach einer pauschalen Abgeltung	273
b) Rechtsprechung	273
c) Vertikal-Leitlinien (2010)	274
d) Keine Benachteiligung des Handelsvertreters durch Pauschalvergütung	276
4. Abgeltung durch die Provision oder durch eine zusätzliche Pauschale?	277
5. Berechnung der Pauschale	279
6. Zusammenfassung zur Abgeltung von Risiken durch Pauschalvergütung	280
V. Gruppierung und abstrakte Gewichtung relevanter Risiken?	281
1. Vertikal-Leitlinien (2010)	281
2. Rechtsprechung	282
a) EuGH	282
b) EuG	283
c) BGH	283
3. Stellungnahme	284

Abschnitt 2

Funktionsnotwendigkeit von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	285
A. Hinter der Vermittlungsmarkt-Vereinbarung stehende Interessen	286
B. Objektive Notwendigkeit	287
I. Geeignetheit	288
II. Verhältnismäßigkeit	288
III. Maßstab zur Beurteilung der Notwendigkeit	290
1. Bestehender Maßstab der Rechtsprechung	290
2. Übertragbarkeit auf Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	291
C. Keine Marktabstottung	292
D. Zusammenfassende Übersicht zur Beurteilung der Funktionsnotwendigkeit	294

Kapitel 4

Anwendung des Gesamtkonzepts	296
-------------------------------------	------------

Abschnitt 1

Typische Vereinbarungen in echten Handelsvertreterverträgen	296
A. Preis- und Konditionsvorgaben	297
B. Gebiets- und Kundenbeschränkungen	298
C. Verbot der Provisionsweitergabe	299
I. Zuordnung zum Produktmarkt	300
II. Einklang mit Rechtsprechung und Vertikal-Leitlinien (2010)	302
D. Wettbewerbsverbote	303
I. Wettbewerbsverbote während der Vertragslaufzeit	303
1. Interessen	304
2. Objektive Notwendigkeit	305
a) Grundsätzlich geeignet und verhältnismäßig	305
aa) Wahrung von Geschäftsgeheimnissen	305
(1) Geeignetheit	305
(2) Verhältnismäßigkeit	306
bb) Absatzsteuerung	306
(1) Geeignetheit	306
(2) Verhältnismäßigkeit	307
cc) Schutz von <i>know-how</i>	308
(1) Geeignetheit	308
(2) Verhältnismäßigkeit	308

dd) Schutz von vertriebsbezogenen Investitionen	308
(1) Geeignetheit	308
(2) Verhältnismäßigkeit	308
b) Verhältnismäßigkeit der konkreten Ausgestaltung	309
aa) Mögliche Ausgestaltungen von Wettbewerbsverboten	309
bb) Bewertung	310
3. Keine Marktabstottung	311
II. Nachvertragliche Wettbewerbsverbote	312
1. Interessen	312
2. Objektive Notwendigkeit	312
a) Grundsätzlich geeignet und verhältnismäßig	312
b) Verhältnismäßigkeit der konkreten Ausgestaltung	313
E. Alleinvertriebsvereinbarung	314
I. Interessen	315
II. Objektive Notwendigkeit	315
1. Geeignetheit	315
2. Verhältnismäßigkeit	315
a) Grundsätzlich	315
b) Konkrete Ausgestaltung	316
III. Keine Marktabstottung	317
F. Zusammenfassung zur Bewertung von typischen Vereinbarungen in Handelsvertreterverträgen	317

Abschnitt 2

Anwendung auf ausgewählte Probleme	318
A. Mehrfirmenvertreter	318
B. Handelsvertreter mit Doppelprägung	320
I. Umfang der Eigenhändlerstätigkeit	322
1. Rechtsprechung	322
2. Vertikal-Leitlinien (2010)	323
3. Dogmatische Betrachtung	324
II. Relevante Risiken einer Eigenhändlerstätigkeit	325
III. Ausschluss einer echten Handelsvertretung	326
C. Online-Handelsplattformen	328
I. Echter Handelsvertreter	328
1. Weisungstreuer Handelsvertreter im rechtlichen Sinne	329
a) Formelle Voraussetzungen	329
b) Einflussmöglichkeit	330

2. Risikotragung	331
II. Mehrfirmenvertretung und Doppelprägung	331
D. Reichweite der Privilegierung	332
I. (Potenziell) Privilegiert	332
II. Nicht privilegiert	333
E. Zusammenfassung zur Anwendung auf ausgewählte Probleme	334

Kapitel 5

Novellierung der Vertikal-Leitlinien (2010)	335
--	------------

Abschnitt 1

Prozess der Novellierung	335
---------------------------------	------------

Abschnitt 2

Erfordernis einer Novellierung	336
---------------------------------------	------------

A. Definition des Handelsvertreters	337
I. Eigentumserwerb	338
II. Unbedeutende Risiken	338
III. Risikoabgeltung durch Pauschalen	339
IV. Marktspezifische Investitionen	340
1. Bestimmung marktspezifischer Investitionen	341
2. Auswahl der Beispiele	342
3. Verkaufsfördernde Maßnahmen	343
B. Reichweite der Regelungen	344
C. Anwendung der Regelungen	345
D. Zusammenfassung zum Erfordernis einer Novellierung	346

Kapitel 6

Erkenntnisse dieser Arbeit	348
-----------------------------------	-----

Abschnitt I

Zusammenfassung	348
------------------------	-----

A. Vorgehensweise bei der Beurteilung	349
I. Beurteilung von Produktmarkt-Vereinbarungen	349
1. Reichweite der Privilegierung	349
2. Dogmatische Anknüpfung und wesentliche Prüfungsschritte	350
3. Prüfungsschritte im Einzelnen	351
II. Beurteilung von Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	353
B. Anwendung	354
C. Novellierung der Vertikal-Leitlinien (2010)	354

Abschnitt 2

Schematische Darstellung des Gesamt-Prüfungskonzepts	355
---	-----

A. Konzeptteil für Produktmarkt-Vereinbarungen	355
B. Konzeptteil für Vermittlungsmarkt-Vereinbarungen	361

Literaturverzeichnis	363
-----------------------------	-----

Stichwortverzeichnis	371
-----------------------------	-----