

# CBH

RECHTSANWÄLTE

Cornelius Bartenbach Haesemann & Partner  
Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB

# Faire Vertragsbedingungen in der Automobilindustrie (?)

Rechtsanwalt Dr. Christoph Naendrup, LL.M.

Vortrag auf dem

19. Zulieferforum der ArGeZ

Arbeitsgemeinschaft Zulieferindustrie am 28. Januar 2015

## Zukunftskonzepte für die Automobil- und Zulieferindustrie

## Übersicht

### I. *Faire Vertragsbedingungen*: Theorie

### II. *Faire Vertragsbedingungen*: Praxis

- Einige Beispiele
- (Kurze) rechtliche Einordnung

### III. Offene Fragen / Thesen

## I. Faire Vertragsbedingungen: Theorie

Unternehmerischer Erfolg durch Leistung setzt fairen Wettbewerb voraus. Die BMW Group bekennt sich ohne Einschränkung zu den Prinzipien der Marktwirtschaft und des fairen Wettbewerbs. Wir verfolgen unsere Unternehmensziele ausschließlich nach dem Leistungsprinzip und unter Beachtung der geltenden Wettbewerbsregeln.

Quelle: BMW AG, BMW Group Verhaltenskodex, 2014

Wettbewerb motiviert und regt zu Höchstleistungen an. Unser Ziel ist, mit besten Produkten beste Geschäfte auf beste, also anständige Art und Weise zu machen. Deshalb gehen wir mit unseren Wettbewerbern fair um und arbeiten mit unseren Geschäftspartnern und Kunden respekt- und vertrauensvoll zusammen. Fundament dafür sind gemeinsame Grundsätze, die das geschäftliche Handeln bestimmen.

Quelle: Daimler AG, Richtlinie für integriertes Verhalten, 2012

# Gemeinsam zum Erfolg

## Grundsätze zur Partnerschaft zwischen den Automobilherstellern und ihren Zulieferern

VDA, 2001 – 2014 für chinesischen Markt  
übersetzt

Grundlage der Geschäftsbeziehungen zwischen Automobilherstellern und -zulieferern ist die partnerschaftliche, vertrauensvolle Zusammenarbeit, bei der Leistung, Gegenleistung, Chancen und Risiken in einem ausgewogenen Verhältnis stehen.

VDA, Leitfaden für die Zusammenarbeit zwischen den Automobilherstellern und ihren Zulieferern, 1992

## II. Faire Vertragsbedingungen: Praxis

# Krankes System

**ZULIEFERER** | Ausbooten, austricksen, ausnehmen – noch nie waren die Methoden der Autokonzerne gegenüber kleinen und mittelgroßen Subunternehmern so brutal.

Quelle: Wirtschaftswoche, 4/2015, S. 50

Die in der ArGeZ zusammenarbeitenden Wirtschaftsverbände unterstützen diese von der Industrie selbst festgelegten Fairnessregeln nachdrücklich.

In der täglichen Praxis müssen die Zulieferer jedoch immer noch erhebliche Umsetzungsdefizite feststellen. Die vorliegende Dokumentation der ArGeZ soll einen Beitrag

Quelle: Die Fairneßregeln von BDI und VDA in der Praxis, **ArGeZ 1995**



Quelle: Wirtschaftswoche, 4/2015, S. 50

## Einige Beispiele:

### 1. “Pay to Play” – Entry Tickets – Anzapfen

Auch „Pay-to-Play“-Zahlungen seien in jüngster Zeit wieder en vogue, sagt Berater [REDACTED]. Das ist eine Art Eintrittsgeld, das Zulieferer bezahlen müssen, um von den Autokonzernen überhaupt als Anbieter akzeptiert zu werden. [REDACTED]

Quelle: Wirtschaftswoche, 4/2015, S. 53

### 2. Nachverhandeln bzw. einseitiger Eingriff in bestehende Verträge

Die Autoren dieser Studien kommen zum Schluss, dass der Trend zur Preisreduzierung weiterhin ungebrochen ist und dass 76% der geschlossenen Verträge von den OEMs noch einmal nachverhandelt werden. |

Quelle: Preisdruck auf die Zuliefererindustrie, Hans Böckler Stiftung 2012



### 3. Pauschale Gewährleistungseinbehalte

■ Kfz-Hersteller ziehen Lieferanten bei Reklamationen automatisch und ohne Absprache Geld pauschaliert ab.

Quelle: Wirtschaftswoche, 4/2015, S. 52

#### **ArGeZ:**

Bei Reklamationen werden automatisch und ohne Absprache mit dem Zulieferer pauschalierte Reklamationskosten in Abzug gebracht und mit Forderungen des Zulieferers saldiert.

Quelle: Die Fairneßregeln von BDI und VDA in der Praxis, ArGeZ 1995

4. Umlage von auftragsspezifischen Entwicklungs- bzw. Erprobungskosten auf Teilepreis (Verlagerung des Stückzahlrisikos);
5. Keine Beachtung der IP-Rechte des Zulieferers;
6. etc.....

## (Kurze) rechtliche Einordnung

- Anzapfen / Entry tickets
  - Lauterkeitsrecht (UWG)
    - Je nach Einzelfall unlautere geschäftliche Handlung im Sinn des § 4 Abs. 1 Nr. 1 und/ oder Nr. 10 UWG (Problem: Ansprüche stehen i.d.R. nur Mitbewerbern zu)
    - Typischerweise auftretend, wenn eine Seite starke Machtposition innehat
    - „Missbrauch der Nachfragemacht“
  - Kartellrecht (GWB)
    - Je nach Lage des Einzelfalls verbotener Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung / einer Stellung mit relativer Marktmacht ( § § 19, 20 GWB)
    - Untersagt ist danach insbesondere, einseitige Vorteile ohne sachlich gerechtfertigten Grund zu fordern; § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB. Grund: bei wirksamem Wettbewerb nicht möglich!
    - Vgl. Entscheidung des Bundeskartellamts im Fall EDEKA / Übernahme Plus („Hochzeitsrabatte“ im Lebensmitteleinzelhandel)
    - Erfordert Analyse der Marktverhältnisse im Einzelfall

- Nachverhandeln bzw. einseitiger Eingriff in bestehende Verträge
  - Je nach Einzelfall kann ein Nachverhandeln bereits abgeschlossener Verträge wiederum Ausdruck eines Missbrauchs von Marktmacht sein, § § 19, 20 GWB
  - Einseitige Eingriffe in Verträge sind in erster Linie Vertragsverletzungen (Rechtsfolge Unterlassungsansprüche, Schadensersatzansprüche)
  - Falls einseitige Anpassungsmöglichkeiten in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) vorgesehen: möglicherweise Klauseln unwirksam ( § 305 c BGB: überraschende Klausel / § 307 BGB: unangemessene Benachteiligung)
  
- Pauschale Gewährleistungseinbehalte
  - Ohne vertragliche Abrede: rechtswidrig – gesetzliche Systematik sieht pauschale Einbehalte nicht vor!
  - Vertragliche Bestimmungen in AGB: Wirksamkeit der Klausel wiederum im Einzelfall fraglich – zumindest müsste zeitnahe Prüfung durch Lieferanten ermöglicht werden und bei Nichtbestätigung eines Mangels Geld ausgekehrt werden
  - Zudem erneut denkbar: Missbrauch marktbeherrschender Stellung, wenn entsprechende Forderung ohne sachlichen Grund erfolgt bzw. sich in funktionierendem Wettbewerb nicht durchsetzen ließe

## Rechtsfolgen vertrags- bzw. rechtswidrigen Verhaltens

- Unterlassungsansprüche
- Schadensersatzansprüche

### In der Praxis aber „Kläger – Richter“ - Problem:

- In laufender Geschäftsbeziehung keine erfolgversprechende Anspruchsdurchsetzung wahrscheinlich (Ende der Geschäftsbeziehung, Rechtsverfolgungskosten, Prozessrisiken)
- Aufgrund des bestehenden Abhängigkeitsverhältnisses daher Beschreiten des Rechtswegs durch betroffene Zulieferunternehmen **nicht realistisch**

### III. Offene Fragen / Thesen

- Selbstbindung durch Konditionenwerke / Leitfäden (*Codes of Conduct*)?
  - These: Durch *Codes of Conduct* kann eine Selbstbindung der Unternehmen eintreten - auch unterhalb der Schwelle eines Gesetzesverstößes
  - Voraussetzung: das entsprechende Werk, der entsprechende Leitfaden ist bereits hinreichend konkret bestimmt und ein entsprechender Selbstbindungswille ist erkennbar
  
- Bereits hinreichende Selbstbindung vorhanden?
  - Beispiel VDA-Grundsätze 2001

Im Auftrag des VDA-Vorstands hat sich der Rohstoff-Ausschuss in den vergangenen Monaten mehrfach mit der Thematik befasst. Ausgangspunkt war das von den im VDA organisierten Zulieferern vorgelegte „Papier zu den Beziehungen Fahrzeughersteller – Teilehersteller“ (Anlage 1), das von den Vertretern der OEM zur Kenntnis genommen und im Detail mit den Repräsentanten der Zulieferer diskutiert wurde. Dabei brachten auch die Hersteller Erwartungen zum Ausdruck, die ebenfalls als berechtigt anerkannt werden: Verlässlichkeit und Berechenbarkeit der Zulieferer sowie ein professionelles Lieferanten-Management und eine verbesserte Synchronisation der Prozesse auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette.

- Beispiel BMW Group Verhaltenskodex, 2014

Alle Führungskräfte haben die Beachtung dieses Kodexes in ihrem Verantwortungsbereich sicherzustellen.

Jede Führungskraft ist verpflichtet, ihre Mitarbeiter über Inhalt und Bedeutung dieses Verhaltenskodexes zu informieren und zu sensibilisieren.

- Stichwort „Compliance“: Was bedeuten *Codes of Conduct* aus Compliance-Sicht?
  - Definition von Compliance

Der Vorstand hat für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien zu sorgen und wirkt auf deren Beachtung durch die Konzernunternehmen hin (Compliance).

Quelle: Deutscher Corporate Governance Kodex, Ziffer 4.1.3, Juni 2014

- These: Verstöße gegen *Codes of Conduct* sind ein Fall für die Compliance-Abteilung
- Rechtsfolgen von Compliance-Verstößen

- Handlungsmöglichkeiten
  - Für das einzelne betroffene Unternehmen
    - Rechtsweg beschreiten (unwahrscheinlich / unpraktikabel)
    - Involvierung der Compliance-Abteilung des jeweiligen Herstellers (Vorteil: Angelegenheit bleibt innerhalb des Zwei-Parteien-Verhältnisses; erzeugt (intern) Unruhe; Konsequenzen jedoch fraglich)
  - Für den Verband / die Verbände
    - Aktualisierung der VDA – Grundsätze mit dem Ziel, erhöhte „*Awareness*“ auf Herstellerseite zu schaffen und Bekenntnis zu Grundsätzen zu erneuern (Stichwort Selbstbindung)
    - Möglichkeit des § 24 GWB nutzen: Anmeldung von Wettbewerbsregeln („Offizialisierung“)
    - Thematik aktiv und kontinuierlich ansprechen, um Problembewusstsein zu zu schaffen bzw. zu schärfen

## Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Disclaimer: Vorstehende Ausführungen können eine rechtliche Beratung und Prüfung des konkreten Sachverhalts im Einzelfall nicht ersetzen!

Dr. Christoph Naendrup, LL.M.  
Rechtsanwalt

Cornelius Bartenbach Haesemann & Partner  
Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB  
(AG Essen PR 3164)

Bismarckstraße 11 - 13 | D-50672 Köln  
Fon +49.221.951 90-88  
Fax +49.221.951 90-98  
@ c.naendrup@cbh.de

[www.cbh.de](http://www.cbh.de)