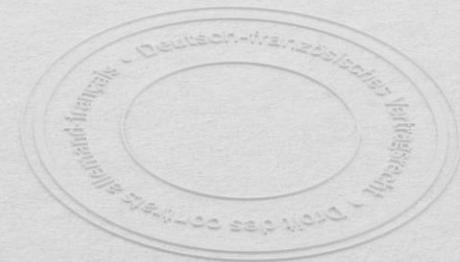


# AGB, Preislisten und Nachlässe im Frankreichgeschäft

Gordian Deger  
Rechtsanwalt | Mediator

Konrad-Adenauer-Ufer 71  
50668 Köln  
+49 (0) 221 139 96 96 0  
[www.qivive.com](http://www.qivive.com)

[deger@qivive.com](mailto:deger@qivive.com)



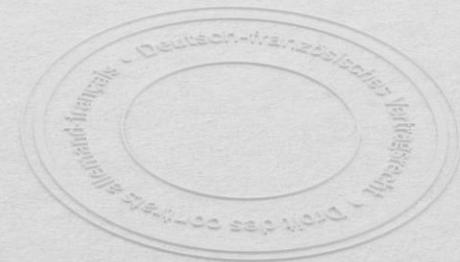
Ihr Referent



## Gordian Deger

Rechtsanwalt | Mediator

Ich berate unsere Mandanten in Fragen des Vertrags- und Haftungsrechts sowie des Wettbewerbsrechts. Daneben berate ich im deutschen und französischen gewerblichen Rechtsschutz.



- Eine der führenden Kanzleien im deutsch-französischen Wirtschaftsverkehr
- Über 20 zweisprachige Rechtsanwälte und Avocats
- Beratung in allen Fragen des französischen Wirtschaftsrechts
- Büros in Köln | Paris | Lyon



## 1. **B2B-Geschäfte**

- Warum AGB / Einbeziehung
- Pflicht zur Übersendung der AGB
- Mindestinhalt der AGB
- Verbot des Weiterverkaufs mit Verlust
- Abschluss eines Rahmenvertrages (*convention unique*)
- Rechnungen / Pflichtangaben

## 2. **B2C-Geschäfte**

- Schranken der Preisgestaltung
- Werbung mit Preisnachlässen
- Schlussverkäufe

## **Warum AGB?**

### **Pflicht zur Übermittlung der AGB**

- Gemäß Artikel Art. L.441-1 Abs. II Code de commerce ist jeder Hersteller, Händler und Dienstleister verpflichtet, jedem (potenziellen) Käufer oder Besteller auf Anfrage seine Allgemeinen Lieferbedingungen zur Verfügung zu stellen
- AGB des Lieferanten sind die Grundlage der Verhandlungen zwischen Lieferant und Abnehmer
- Verstöße durch juristische Personen können mit einem Bußgeld von bis zu 75.000 € geahndet werden

### **Inhalt der AGB**

Mindestinhalt der Verkaufs-AGB (Art. L.441-1 Abs. I und III Code de commerce):

- Regeln zur Preisbestimmung, z. B. Preisliste (barème des prix unitaires)
- Zahlungsbedingungen: Zahlungsfrist, Verzugszinsen, Mahnpauschale, Skonto etc.
- Rabattbedingungen (dazu nächste Folie)

## **Angaben zu Preisnachlässen in AGB**

### **Begrifflichkeiten in der Praxis**

- Rabais: Ein Rabatt, der einmalig gewährt wird, z. B. aufgrund eines Lieferverzuges oder eines Mangels
- Remise: Hierbei handelt es sich um einen sofortigen Preisnachlass aufgrund der Bestellmenge (Mengenrabatt) oder der Eigenschaften des Bestellers (Treuerabatt)
- Ristourne: Handelt sich meistens um einen Jahresendbonus in Form einer teilweisen Rückerstattung (berechnet auf den Umsatz).
- Escompte: Das Skonto für eine vorzeitige Zahlung

### **Pflichtangaben zu Preisnachlässen in den AGB**

- Die AGB müssen die Höhe und die Modalitäten (Bedingungen) aller Preisnachlässe enthalten
- Es muss sich um objektive und präzise Voraussetzungen handeln
- Quantitative Bedingungen: Z.B. Erreichung von Umsatzschwellen
- Qualitative Bedingungen: Übernahme bestimmter Leistungen durch den Abnehmer (Kundenservice etc.)

## **Verbot des Weiterverkaufs von Waren mit Verlust („revente à perte“)**

- Artikel L.442-5 Code de commerce: Es ist verboten, Waren unter dem effektiven Einkaufspreis („prix d'achat effectif“) weiterzuverkaufen oder dafür zu werben.
- Nicht erfasst: Weiterverarbeitete Waren, Verkauf durch den Hersteller, Dienstleistungen
- Der maßgebliche Einkaufspreis ist der berechnete Nettopreis abzüglich aller Preisreduzierungen (soweit zum Zeitpunkt des Verkaufs feststehend) sowie weiterer finanzieller Vorteile für den Käufer (Jahresendbonus, Skonto) - zzgl. Steuern (z. B. MwSt.) und Lieferkosten.
- Sonderregelung für den Großhandel: Einkaufspreis -10 %
- Verkaufspreis: Achtung bei Kumulierung von Rabatten
- Ausnahmen
  - Schlussverkauf („Soldes“) und Räumungsverkäufe („Liquidation“)
  - Saisonware am Saisonende
  - Sinkende Einkaufspreise
  - Technisch überholte oder nicht mehr gefragte Waren
  - Schnell verderbliche Waren deren Haltbarkeitsdatum bald abläuft
  - Preisanpassung wegen starken Wettbewerbsdrucks
- Sanktionen: Bußgeld 75.000 €, Schadensersatz

## **Pflicht zum Abschluss einer Rahmenvereinbarung**

- Gemäß Artikel 441-3 Code de commerce sind Lieferanten und ihre Abnehmer verpflichtet, eine Rahmenvereinbarung („convention unique“) abzuschließen

### **Anwendungsbereich:**

- **Grundsatz:** Geschäftsbeziehung betreffend die Lieferung von Waren zwecks Weiterverkaufs ohne Bearbeitung/Veränderung an gewerbliche Abnehmer oder Einkaufs- oder Leistungszentralen (in Frankreich)
- **Ausnahmen**
  - Form: Schriftlich
  - Dauer: Laufzeit von 1, 2 oder 3 Kalenderjahren
  - Frist: bis zum 1. März des ersten Jahres
  - Inhalt: Verhandlung auf der Basis der Lieferanten-AGB
  - Sanktion von Verstößen: Bußgeld von bis zu 375.000 €

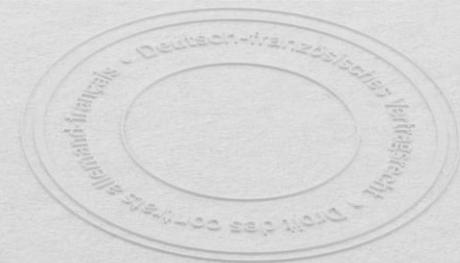
## Rechnungsstellung

- **Fall 1: Leistungserbringung ohne Betriebsstätte in Frankreich**

Ausstellung der Rechnung nach deutschem Recht, d.h. nach §§ 14, 14a UStG. Rechnung muss u. a. die Angabe „Steuerschuldnerschaft des Leistungsempfängers“ enthalten

- **Fall 2: Leistungserbringung durch Betriebsstätte in Frankreich**

Ausstellung der Rechnung nach französischem Recht, einschließlich aller Pflichtangaben



## **Pflichtangaben auf Rechnungen (F)**

- Angaben zum Verkäufer / Dienstleister (Gesellschaftsbezeichnung, -form, -kapital und -sitz, SIRET-Nummer).  
**Seit 1.10.2019:** Angabe der Rechnungsadresse, falls vom Sitz abweichend
- Angaben zum Kunden (Gesellschaftsbezeichnung, Gesellschaftssitz)  
**Seit 1.10.2019:** Angabe der Rechnungsadresse , falls vom Sitz abweichend
- Lieferanschrift
- Bei Reverse-Charge: USt-Identnummer von Rechnungsersteller und Kunde
- Rechnungsnummer, Rechnungsdatum
- **Seit 1.10.2019:** Bestellnummer des Kunden
- Leistungsdatum bzw. den Leistungszeitraum (Datum der Lieferung oder der Dienstleistung)
- Anzahl, Beschreibung und Einzelpreise (vor Steuern) der Leistungen; bei Dienstleistungen aufgeschlüsselt nach Material- und Arbeitskosten.
- Eventuelle weitere Rechnungsposten wie z. B. Lieferkosten, Verpackungskosten usw.
- Eventuelle Rabatte, die am Tag der Rechnungsstellung bereits feststehen
- Den Gesamtbetrag vor und nach Steuern, USt-Satz, Steuerbetrag
- Die Zahlungsfrist bzw. das Fälligkeitsdatum
- Die Skonto-Bedingungen
- Höhe der Verzugszinsen („pénalités de retard“) im Falle der Nichtzahlung
- Hinweis auf die gesetzliche Mahnpauschale (40 €)
- Sanktionen: administrative Geldbuße von bis zu 375.000 €

## Schranken der Preisgestaltung

- Grundsatz der freien Preisgestaltung (seit 1986)
- Verstoß gegen Kartellverbot oder Missbrauchsverbot (Art. L.420-1 und L.420-2 Code de commerce)
- Verbot des Verkaufs unter Einstandspreis (Art. L. 442-5 Code de commerce)  
*Siehe oben; gilt auch in B2C-Verhältnissen*
- Verbot des unangemessen niedrigen Preises (Art. L. 420-5 Code de commerce)
  - Gilt für Lieferungen und Dienstleistungen gegenüber Verbrauchern
  - Gilt nicht für den unveränderten Weiterverkauf von Waren: Selbst hergestellte Waren
  - Voraussetzungen:
    - Preis im Vergleich zu den Herstellungs-, Verarbeitungs- und Vertriebskosten unangemessen niedrig und
    - dies hat zur Folge (oder kann zur Folge haben), dass ein Wettbewerber von Markt verdrängt oder ferngehalten wird.
  - Sanktionen: Wie Kartellrechtsverstoß, d.h. Bußgeld i. H. v. bis zu 10 % des weltweiten Umsatzes

## Werbung mit bezifferten Preisnachlässen

- Seit März 2015: Werbung mit Preisreduzierungen ist grundsätzlich zulässig, solange sie keine irreführende Geschäftspraxis darstellt
- Nach Art. L.121-2 Nr. 2 c) Code conso. ist insbesondere eine Praxis irreführend, die sie auf falschen oder irreführenden Angaben zu Preis, Preisbildung oder Höhe eines Preisnachlasses beruht
- Bei Werbung innerhalb von Geschäftsräumen müssen Endpreis und Referenzpreis angegeben werden (alter/neuer Preis)
- Falls die Preisreduzierung für eine genau identifizierbare Produktkategorie gilt (z. B. 30 % auf alle Hemden), muss der Endpreis nicht einzeln an der Ware angegeben werden sondern kann erst an der Kasse berechnet werden
- Der Referenzpreis wird vom Verkäufer frei gewählt, er muss jedoch in der Lage sein, dessen Wahrhaftigkeit darzulegen
- **NEU:** Verbot extremer Rabattangebote außerhalb der Jahresschlussverkäufe (Artikel L.121-4 Nr. 23 c. Conso.)

**Sanktion:** Bis zu 2 Jahren Freiheitsstrafe und Bußgeld bis zu 1,5 Mio. € oder 10 % des Umsatzes (L.132-2 Code de la consommation)

## **Schlussverkauf (Soldes)**

- Sommer- und Winterschlussverkäufe haben bei den französischen Verbrauchern einen hohen Stellenwert
- Sind geregelt in Art. L. 310-3 Code de commerce
- Dauer: 3-6 Wochen (Zeitraum und Dauer wird jeweils durch VO festgelegt)
- Zweck: Nur Abverkauf von Lagerbeständen
- Beworbene Ware muss seit mindestens einem Monat vor Beginn der Aktion erstmals angeboten und bezahlt sein (muss bereits am Lager sein)
- Neubeschaffung von Aktionsware während des Schlussverkaufs ist verboten!
- Weiterverkauf von Ware unter Einkaufspreis ist im Schlussverkauf ausnahmsweise zulässig
- Für den Referenzpreis gelten die allgemeinen Vorschriften
- Werbung muss Beginn und Gegenstand der Aktion angeben (Art. R.310-17 C. com.)
- Regeln gelten auch für Onlinehändler

**Sanktion:** Bußgeld in Höhe von bis zu 15.000 € (Artikel L.310-5 C. com.)

MERCI

Gordian Deger  
Rechtsanwalt | Mediator

Konrad-Adenauer-Ufer 71  
50668 Köln  
+49 (0) 221 139 96 96 0  
[www.qivive.com](http://www.qivive.com)

[deger@qivive.com](mailto:deger@qivive.com)

