

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



Ihr Referent





Gordian Deger





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



La Kanzlei



- 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







Kommunikation während des Webinars

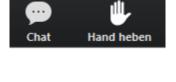


Unterer Bildschirmrand

Alles gut? / Probleme?

- · Rückfragen: Ausschließlich über den Chat
- Bewertung
- Dokumentation als PDF
- Präsentation
- Merkblatt und Newsletter

Gibt es noch technische Schwierigkeiten?





Die Themen



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 f
 ür den Gro
 ßhandel: 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 commmerce)
- Verbot des Verkaufs unter Einstandspreis (Art. L. 442-5 Code de commmerce) Siehe oben; gilt auch in B2C-Verhältnissen
- Verbot des unangemessen niedrigen Preises (Art. L. 420-5 Code de commmerce)
 - 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

deger@qivive.com

