

Vertriebspartner

Ulrich Herfurth, Rechtsanwalt in Hannover und Brüssel

No. 250 – 09/2007

Wenn eine dauerhafte Geschäftstätigkeit in Deutschland entsteht oder geplant ist, rücken die Beziehungen zwischen dem ausländischen Unternehmen und dem deutschen Vertriebsmittler in den Vordergrund. Die wichtigsten sind klassischerweise Handelsvertreter und Vertragshändler, in geeigneten Bereichen auch Franchisepartner.

Handelsvertreter

Für viele ausländische Unternehmen sind Handelsvertreter ein unentbehrliches Vertriebsinstrument in Deutschland. Sie werden sowohl zur anfänglichen Markterschließung eingesetzt, als auch bei der späteren Marktabdeckung, etwa im Dienst einer eigenen Vertriebs Tochter. Die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Beziehung zwischen Unternehmen und Handelsvertreter können für die effektiven Kosten von erheblicher Bedeutung sein, etwa durch die Regelungen zu Ausgleichsanspruch und Kündigungsschutz.

Die regelmäßig interessierenden Fragen bei Handelsvertreterverhältnissen richten sich auf den Vertragsabschluß, die rechtliche Stellung des Handelsvertreters, die Rechte und Pflichten von Geschäftsherr und Vertreter während der Dauer des Vertragsverhältnisses sowie die Beendigung des Vertrages. Sensible Bereiche sind häufig die Abgrenzungen von Verkaufsgebieten und daraus folgende Provisionsansprüche, Art und Umfang der Vertretungsbefugnisse des Handelsvertreters, Verpflichtungen gegenüber dem Kunden und anderes.

Das Recht der Handelsvertreter ist in den §§ 84 ff. des Handelsgesetzbuches geregelt, die im Wesentlichen die EG-Handelsvertreterrichtlinie in deutsches Recht umsetzen. Insgesamt ist das Recht in Deutschland günstig für den Handelsvertreter ausgestaltet.

Grundsätzlich können bei internationalen Handelsvertreterverhältnissen die Beteiligten vertraglich bestimmen, welches Recht anwendbar sein soll. Der Europäische Gerichtshof hat aber klargestellt, dass ein Handelsvertreter, dessen Vertragsgebiet innerhalb der Europäischen Gemeinschaft liegt, dadurch aber in Kernbereichen nicht schlechter gestellt werden darf, als er nach dem Recht seines Heimatlandes stehen würde. Zum Beispiel steht ihm ein Ausgleichsanspruch zu, selbst wenn das gewählte Recht einen solchen Ausgleichsanspruch nicht vorsieht.

Vertragsabschluss

Ein Vertrag zwischen einem Handelsvertreter und einem Unternehmer kommt grundsätzlich formlos zustande. Der Handelsvertreter benötigt keine besonderen Voraussetzungen; auch juristische Personen können als Handelsvertreter agieren. Der Vertrag entfaltet mit Abschluss Rechtswirksamkeit und erfordert keine behördliche Genehmigung oder Registrierung.

Handelsvertreter und Unternehmer können bei mündlich geschlossenen Verträgen die schriftliche Abfassung des Vertrages verlangen.

Beim Vertragsabschluss sind die gesetzlichen Regelungen des Handelsvertreterrechts zu beachten, die der inhaltlichen Vertragsgestaltung Grenzen setzen. Die Rechtsprechung, die erfahrungsgemäß eher zu Gunsten des Handelsvertreters entscheidet, akzeptiert grundsätzlich keine Vertragsklauseln, die wesentlich von den gesetzlichen Regelungen abweichen und z.B. einen Ausgleichsanspruch nach Vertragsende ausschließen oder den Handelsvertreter erheblich benachteiligen.

Rechtliche Stellung

Nach deutschem Recht ist der Handelsvertreter ein selbständiger Gewerbetreibender, der beauftragt ist, für den Unternehmer Geschäfte zu vermitteln. Unselbständige Vertreter sind Angestellte (Handlungsreisende) und nicht Handelsvertreter, auf die das Arbeitsrecht Anwendung findet.

In der Praxis finden sich allerdings Vertragsgestaltungen, die den Handelsvertreter eher als unselbständigen Arbeitnehmer behandeln. Solche Vertragsgestaltungen, etwa die Vereinbarung eines umfassenden Weisungsrechts des Unternehmers hinsichtlich der Arbeitszeitgestaltung, bergen erhebliche Risiken. Nach dem deutschen Sozialversicherungsrecht können nämlich formal Selbständige unter bestimmten Voraussetzungen als Arbeitnehmer behandelt werden. Dies zieht eine Sozialversicherungspflicht nach sich. Für die Beiträge zur Sozialversicherung haften der Selbständige und sein Auftraggeber; diese Beiträge können auch nachträglich erhoben werden. In der Vertragsgestaltung mit dem Handelsvertreter sollte daher große Sorgfalt auf die Gestaltung der Rechte des Unternehmers und der Pflichten des Handelsvertreters gelegt werden, um die Selbständigkeit des Handelsvertreters ausreichend zu dokumentieren.

Der Handelsvertreter ist typischerweise damit beauftragt, für das Unternehmen geschäftliche Aufträge zu vermitteln. Ihm kann auch Vollmacht erteilt werden, Verträge bindend abzuschließen; in der Praxis werden derartige Befugnisse jedoch selten eingeräumt, weil das Unternehmen sich vorbehalten will, selbst über den Auftragsbestand zu disponieren.

Pflichten des Handelsvertreters

Der Handelsvertretervertrag enthält regelmäßig genaue Vereinbarungen, welche Produkte in welchem Verkaufsgebiet vertrieben werden sollen.

Regelmäßig ist der Handelsvertreter verpflichtet, seine Tätigkeit persönlich auszuüben und keine Untervertreter einzuschalten. Jedoch kann ihm dieses gestattet werden. Bei juristischen Personen, also etwa einer GmbH, muss in derartigen Fällen geregelt sein, ob nur bestimmte Personen oder vom Unternehmer akzeptierte Mitarbeiter die Vertriebstätigkeit übernehmen dürfen.

Der Aufgabenbereich des Handelsvertreters erstreckt sich zwar in erster Linie auf das Führen von Verkaufsgesprächen; darüber hinaus sollte er jedoch dazu beitragen, das Unternehmen eingehend über seine Beobachtungen am Markt zu unterrichten. Die gesetzliche Regelung beschränkt sich auf den Hinweis, dass der Handelsvertreter mit seiner Tätigkeit sich um die Vermittlung oder den Abschluss von Geschäften zu bemühen habe. Ein Handelsvertretervertrag sollte daher möglichst detailliert den Aufgabenkatalog des Handelsvertreters beschreiben. Beispielsweise sollte der Handelsvertreter verpflichtet sein, regelmäßig an Verkaufsschulungen, Verkaufsveranstaltungen oder Messen teilzunehmen.

Pflichten des Unternehmers

Umgekehrt hat der Unternehmer die Pflicht, den Handelsvertreter bei seiner Verkaufstätigkeit mit ausreichenden Unterlagen zu unterstützen. Dazu gehören nicht nur Werbeprospektus, Preislisten und Allgemeine Geschäftsbedingungen, sondern auch entsprechende Informationen über Markt und Abnehmer. Der Unternehmer muss den Handelsvertreter auch rechtzeitig unterrichten, falls er aus betriebsbedingten Gründen, wie etwa Rohstoffmangel, Streik oder Kapazitätsüberlastung weitere Aufträge nicht oder nur beschränkt annehmen kann.

Der Unternehmer ist gesetzlich verpflichtet den Handelsvertreter über den Geschäftsverlauf zu informieren, insbesondere über seinen Provisionsanspruch betreffende Geschäfte.

Wettbewerbsverbot

Ein gesetzliches Wettbewerbsverbot für Handelsvertreter besteht nicht. In Streitfällen leitet die Rechtsprechung das Wettbewerbsverbot aus allgemeinen Rechtsgrundsätzen ab und zieht die Grenzen für eine Wettbewerbstätigkeit des Handelsvertreters eher eng.

In Vereinbarungen zwischen Unternehmer und Handelsvertreter sollte daher das Wettbewerbsverbot eindeutig geregelt werden. Dabei ist aus Sicht des Unternehmers klarzustellen, dass der Handelsvertreter in keiner, auch nicht mittelbarer Weise, Konkurrenzprodukte vertreibt oder fördert. Allerdings ist durchaus üblich, dass ein Handelsvertreter mehrere Produkte verschiedener Hersteller vertreibt, die sich gegenseitig ergänzen oder für die gleichen Kunden geeignet sind. Derartige sogenannte Multicard-Vertreter können für den Unternehmer eine günstige Lösung für einen kostengünstigen Vertrieb bieten. Allerdings muss der Unternehmer darauf achten, dass der Handelsvertreter tatsächlich noch genügend Kapazität zur Verfügung hat und ausreichend Engagement für die Produkte des Unternehmers aufbringen kann. Daher sollten entsprechende Vereinbarungen über vorhandene und künftige Parallelvertretungen aufgenommen werden. Vertragliche Wettbewerbsabreden müssen schriftlich vereinbart und auf den bisherigen sachlichen oder räumlichen Tätigkeitsbereich des Handelsvertreters beschränkt sein. Sie dürfen nur für höchstens zwei Jahre gelten.

Provision

Im Einklang mit dem EG-Recht steht dem Handelsvertreter auch ohne ausdrückliche Vereinbarung Anspruch auf die übliche bzw. eine angemessene Vergütung zu. Eine erfolgsabhängige Vergütung gilt als Provision.

Der Provisionsanspruch entsteht bei Abschluss eines Geschäfts aufgrund der Tätigkeit des Handelsvertreters mit einem von ihm geworbenen Kunden sowie mit einem Kunden in einem ihm zugewiesenen Bezirk bzw. Alleinvertretungsbereich. Auch bestimmte Folgeaufträge nach Beendigung des Handelsvertreterverhältnisses lösen den Provisionsanspruch aus.

Der Provisionsanspruch entsteht, sobald der Unternehmer das Geschäft ausgeführt hat oder hätte ausführen sollen, weil der Dritte seinen Teil des Geschäfts ausgeführt hat.

Der Anspruch besteht spätestens, wenn der Dritte seine Vertragspflicht erfüllt hat oder haben müsste, vorausgesetzt der Unternehmer hätte seine Vertragspflicht ebenfalls erfüllt. Die Provision ist spätestens quartalsweise bis zum Ende des Folgemonats fällig. Zu beachten ist, daß der Handelsvertreter nicht deswegen seinen Provisionsanspruch verliert, weil der Unternehmer das bereits abgeschlossene Geschäft letztlich nicht ausführt. Davon wiederum zu unterscheiden sind beispielsweise Warenrücknahmen aus Kulanz, um stattdessen eine andere Ware zu liefern. Für derartige Verhältnisse sollten ebenfalls exakte Regelungen getroffen werden.

Zu klären ist auch, ob dem Handelsvertreter eine Provision zusteht, wenn ein anderer Vertreter oder der Unternehmer selbst in seinem Verkaufsgebiet ohne Mitwirkung des Handelsvertreters Geschäfte getätigt hat. Möglichst detailliert sollten auch die Berechnungsgrundlagen für die Provision geregelt sein und ob mit der Provision alle sonstigen Nebenkosten des Vertreters abgegolten sind.

Inkassovollmacht und Delkredere

Ein Handelsvertreter wird normalerweise nicht bevollmächtigt, vom Kunden Zahlungen in Empfang zu nehmen. Andererseits haftet er auch nicht für die Bonität des Kunden, es sei denn, eine derartige Delkredere-Haftung wird gesondert vereinbart. In diesem Fall steht dem Handelsvertreter eine zusätzliche Vergütung, die sogenannte Delkredere-Provision zu, deren Höhe und Umfang ebenfalls vertraglich bestimmt sein sollte.

Allerdings wird der Handelsvertreter in der Praxis nur selten mit der Delkredere-Haftung belastet. Er sollte jedoch verpflichtet sein, alle ihm zugänglichen Informationen über die Bonität des Kunden an den Unternehmer zu liefern.

Dauer und Kündigung des Vertrages

Handelsvertreterverträge werden normalerweise auf unbefristete Zeit geschlossen und können daher jederzeit innerhalb folgender Fristen gekündigt werden: im ersten Vertragsjahr mit einem Monat, im zweiten Vertragsjahr mit zwei und ab dem dritten Jahr mit drei Monaten. Längere Fristen dürfen vertraglich vereinbart werden, jedoch muss die des Unternehmers mindestens so lang sein wie die des Handelsvertreters. Eine fristlose Kündigung aus wichtigem Grund, etwa wegen schwerer Vertragsverletzung eines der Beteiligten, bleibt von diesen Regelungen unberührt. Das Gesetz definiert dabei nicht, welcher Sachverhalt als wichtiger Grund gilt. Es empfiehlt sich daher vertraglich entsprechende Gründe zu definieren.

Ausgleichsanspruch

Bei Beendigung des Handelsvertreterverhältnisses gewährt das deutsche Recht dem Handelsvertreter einen Anspruch auf Ausgleich des verlorenen Kundenstammes, den er dem Unternehmer hinterlässt. Dieses Prinzip ist durch die EG-Handelsvertreter-Richtlinie auch in den anderen Mitgliedstaaten der EU eingeführt worden.

Der Anspruch setzt voraus, dass der Handelsvertreter dem Unternehmer einen Kundenstamm neu geschaffen oder erweitert hat, so dass der Unternehmer von den künftigen Bestellungen weiterhin einen Vorteil hat. Darauf, dass der Handelsvertreter an diesen Bestellungen noch mitwirkt, kommt es für den Ausgleichsanspruch nicht an, da er ohnehin für von ihm noch angebahnte Einzelgeschäfte Provisionsanspruch hat.

Der Ausgleichsanspruch muss angemessen und darf nicht unbillig sein, etwa weil der Handelsvertreter dadurch Vorteile hätte, in deren Genuss er während des Vertragsverhältnisses selbst nicht gekommen war. Die Höhe des Ausgleichsanspruches berechnet sich nach der prognostizierten Entwicklung des Auftrags- und Provisionsaufkommens für die Zukunft; der Anspruch ist jedoch der Höhe nach auf eine Jahresprovision nach dem Durchschnitt der letzten fünf Vertragsjahre begrenzt.

Dieser Ausgleichsanspruch muß von vornherein in der Vertriebskalkulation berücksichtigt werden, darf jedoch nicht kalkulatorisch in die laufend ausgezahlte Provision eingerechnet sein. Der Unternehmer kann

daher entweder laufend einen Betrag zurückstellen oder versuchen, die Kosten des Ausgleichsanspruchs dem neuen Handelsvertreter aufzuerlegen.

Vertragshändler

Vertragshändler sind unabhängige Unternehmen, die für den Hersteller Vertriebsfunktion übernehmen. Im Unterschied zum Handelsvertreter kaufen sie die Ware jedoch an und veräußern sie anschließend weiter.

Vertragshändler sind insofern nicht Handelsvertretern gleichzusetzen, als sie durch den eigenen Ankauf der Ware eine neue Handelsstufe ausmachen. Das schließt jedoch nicht aus, dass sie auch Aufträge auf Provisionsbasis vermitteln. Vertragshändler können wie Handelsvertreter exklusiv für nur einen Hersteller oder aber auch mehrere tätig werden.

Für den Vertragshändler fehlen im deutschen Recht ausdrückliche Regelungen. Die Rechtsprechung greift bei der Beurteilung von Vertragshändlern teilweise auf die Grundsätze des Handelsvertreterrechts zurück. Dies gilt insbesondere für den Ausgleichsanspruch. Auch einem Vertragshändler kann ein Ausgleichsanspruch zustehen, wenn er sich in erheblichem Umfang in die Vertriebsorganisation des Unternehmers eingegliedert hat und die Informationen des Vertragshändlers über seine Kunden nach Beendigung des Vertrages dem Unternehmer zur Verfügung stehen.

Selektive Vertriebssysteme

Ein Vertriebssystem aus Vertragshändlern ist für den Unternehmer zumeist nur sinnvoll, wenn er auf den Vertrieb innerhalb des Systems größtmöglichen Einfluss nehmen kann. In der Praxis bieten sich dazu mehrere Möglichkeiten an: vertikale Vertriebsbindungen und selektive Vertriebssysteme, d.h. in sich geschlossene Händlernetze. Der rechtlichen Gestaltung sind hier durch das europäische (das dem deutschen Recht vorgeht) und das deutsche Wettbewerbsrecht Grenzen gesetzt.

Der Unternehmer darf selektive Vertriebssysteme gegenüber Vertragshändlern auf Grundlage besonderer qualitativer Anforderungen an die Händler errichten. Als besondere qualitative Anforderungen gelten nur solche auf sachlicher Grundlage wie z.B. das Erfordernis besonderer Fachkenntnisse zum Vertrieb

komplizierter, technischer Produkte. Das selektive Vertriebssystem setzt ferner voraus, dass einerseits Händler mit der geforderten Qualifikation ohne weiteres aufgenommen werden. Andererseits muss der Unternehmer Außenseiter abwehren können und tatsächlich auch abwehren (gedankliche und praktische Lückenlosigkeit); eine Möglichkeit dazu sind z.B. Warencodes, die die jederzeitige Verfolgbarkeit der Ware sicherstellen.

Gebietsschutz

Im Bereich der vertikalen Vertriebsbindungen, z.B. dem an den Händler gerichteten Verbot, Waren außerhalb seines Vertragsgebietes zu vertreiben, gehen die Beschränkungen des europäischen Wettbewerbsrechts weiter, als die des deutschen Rechts. Nach deutschem Recht gelten vertikale Vertriebsbindungen lediglich dann als unzulässig, wenn der Unternehmer diese Bindungen zur einseitigen Durchsetzung seiner Interessen, z.B. durch die Verpflichtung des Händlers auf Abnahme bestimmter Produktmengen zu überhöhten Preisen, missbraucht. Nach europäischem Recht gilt eine vertikale Vertriebsbindung als wettbewerbsbeschränkend und damit als unzulässig.

Von diesem Verbot lässt die Europäische Kommission über sogenannte Freistellungen jedoch in erheblichem Umfang Ausnahmen zu. Im Rahmen der Gruppenfreistellungsverordnung (siehe dazu auch das Kapitel Wettbewerbsrecht) ist beispielsweise gestattet, den Vertragshändlern den aktiven Weiterverkauf in andere als den ihnen zugewiesenen Gebieten zu untersagen (nicht aber den passiven Vertrieb, bei dem der Händler nur Anfragen nachkommt).

Soweit eine vertikale Vertriebsbindung in einer nicht unerheblichen Größenordnung bezogen auf den Markt für die Produkte erfolgt, sollten sich die vertraglichen Regelungen an den Vorgaben aus der Gruppenfreistellungsverordnung orientieren. Geschieht dies nicht, kann ein Verstoß gegen das europäische Wettbewerbsrecht zur Unwirksamkeit der vertraglichen Regelung führen. So verstoßen auch die im Bereich der Kfz-Vertriebsverträge vorgesehenen Standortklauseln, nach denen Automobilbauer ihren Vertriebshändlern die Eröffnung von Verkaufsstellen außerhalb des ihnen zugewiesenen Absatzgebiets untersagen konnten, seit 1. Oktober 2005 gegen EU-Recht. Im Rahmen der grundsätzlich bereits seit 2002 geltenden Gruppenfreistellungsverordnung im Kfz-Bereich ist den Herstellern und Händlern bezüglich der alten Vertragsklauseln lediglich eine dreijäh-

rige Übergangszeit zur Anpassung an die neuen Rahmenbedingungen eingeräumt worden.

Preisbindung

Der Unternehmer als Lieferant darf dem Händler als Abnehmer nicht vorschreiben, zu welchem Preis dieser wiederum an seine Kunden veräußern darf. Eine derartige Preisbindung der zweiten Hand verstößt gegen deutsches und europäisches Wettbewerbsrecht. Zulässig sind lediglich Preisempfehlungen, deren Einhaltung der Unternehmer nicht erzwingen darf und Preisbindungen für Buch- und Presseerzeugnisse.

Franchising

Die wachsende Bedeutung von Franchisesystemen beruht auf dem Konzept, dass mehrere rechtlich eigenständige Unternehmen nach einer gemeinsamen bewährten Methode am Markt auftreten. Dabei liegen die Vorteile auf beiden Seiten: Der Franchisegeber ist an der Ausweitung und Vervielfältigung des von ihm entwickelten Geschäftssystems beteiligt, ohne zusätzliches eigenes Kapital für den Ausbau eines eigenen Vertriebsnetzes einsetzen zu müssen. Der Franchisenehmer kann für sein eigenes Geschäft eine bereits erprobte Methode übernehmen. Zusätzlich werden die Marktchancen der beteiligten Unternehmen durch das einheitliche Bild, das das Franchisesystem nach außen gegenüber dem Kunden vermittelt, erhöht.

Die finanzielle Beteiligung und die selbständige unternehmerische Stellung des Franchisenehmers schaffen zudem bei ihm mehr Motivation und Dynamik, als dies bei angestellten Mitarbeitern erreichbar wäre. Moderne Kontroll- und Marketingmethoden sind bei einem größeren Volumen rentabler oder werden dadurch erst ermöglicht, genauso wird das unternehmerische Gesamtrisiko auf viele Partner verteilt. Schließlich kann ein neuer Markt in kürzerer Zeit erobert und exklusiv abgedeckt werden.

Die Eingliederung der einzelnen Unternehmen in das koordinierte Franchisesystem erfordert allerdings systembedingt eine Reihe von Bindungen; diese wirken in der Regel wettbewerbsbeschränkend. Bei der Ausgestaltung der Systeme ist daher immer darauf zu achten, ob diese Wettbewerbsbeschränkungen systembedingt erforderlich sind und durch die Stär-

kung des einzelnen Franchisesystems den Wettbewerb insgesamt wiederum fördern. Rechtlich findet sich hier eine den Vertragshändlern vergleichbare Situation: es gelten die Beschränkungen des europäischen und deutschen Wettbewerbsrechts. Insbesondere ist bei der vertraglichen Gestaltung die EG-Gruppenfreistellungsverordnung mit ihren Vorgaben zur Gestaltung zulässiger Vertriebsbindungen zu beachten.

Der Unternehmer muss im Übrigen darauf achten, dass er bei der Anwerbung von Franchisenehmern das Franchisesystem zutreffend darstellt und zum Beispiel die Ertragsaussichten nicht überzeichnet. Wie bei der Prospektbeschreibung von Finanzprodukten zur Vermögensanlage nimmt die Rechtspraxis eine sogenannte Prospekthaftung an, bei der der Franchisenehmer den Franchisegeber auf Schadensersatz in Anspruch nehmen kann.

* * *

CASTON.info

Law & Business Information international

Tägliche Informationen zu Recht und Wirtschaft international liefert caston.info, der Newsdienst von Caston im Internet.

Die Bandbreite der Informationen reicht vom Arbeitsrecht und Steuerrecht in Deutschland bis zu den Investitionsbedingungen in China.

Täglich wertet ein erfahrenes internationales Team von Juristen aktuelle Themen aus zahlreichen Quellen aus und publiziert diese im Internet.

Die Redaktion veröffentlicht aber auch eigene Beiträge aus der internationalen Beratungspraxis der Autoren oder von weltweiten Korrespondenten.

Die Caston Redaktion arbeitet aber mit anderen Fachdiensten zusammen, etwa den volkswirtschaftlichen Abteilungen von Banken, der BfAI, den Industrie- und Handelskammern und anderen Fachinstitutionen.

Herausgeber des Dienstes ist HERFURTH & PARTNER, Rechtsanwaltssozietät in Hannover und Partner der ALLIURIS GROUP.

Der Bestand der Publikationen wächst ständig an. Inzwischen stehen über 6.000 eigene Beiträge für die Leser zur Verfügung. Diese veröffentlichten Informationen sind kostenfreie Kurzmeldungen. Kompakte Fachaufsätze sind kostenpflichtig.

Unter DailyNews findet der Leser die Beiträge der letzten zehn Tage zu allen Themenbereichen in historischer Reihenfolge. Er erhält damit eine schnelle Übersicht über die aktuelle Entwicklung.

* * *

HERFURTH & PARTNER RECHT INTERNATIONAL

Mittelständische und größere Unternehmen stehen im Zentrum der Arbeit von Herfurth & Partner.

Die Kanzlei sieht es als ihre Aufgabe, Unternehmen im Inland und im Ausland zu unterstützen: in der Unternehmensstruktur, bei der Finanzierung, in Fragen von Betrieb und Haftung, Marketing und Werbung, Personal, Steuern und Vermögen.

Dabei bildet das internationale Geschäft einen besonderen Schwerpunkt.

Das Büro in Hannover umfasst deutsche und ausländische Juristen; sie verfügen über Erfahrungen aus Unternehmen und wirtschaftsrechtlichen Kanzleien in Europa, den USA und Asien. Internationale Vorhaben können daher schnell und effizient betrieben werden. Darüber hinaus stehen mit der ALLIURIS GROUP europaweit knapp 250 Wirtschaftsanwälte in 20 Ländern zur Verfügung (www.alliuris.org).

In den wichtigen Märkten der Welt arbeitet Herfurth & Partner - häufig bereits seit vielen Jahren - mit bewährten Partnern zusammen, vor allem in Nordamerika und Südamerika, in Nahost, in Asien und im Pazifik-Raum.

Die Kanzlei ist seit 1988/ 1990 Herausgeber der CASTON Informationsdienste zu Recht & Wirtschaft International; sie dienen der rechtzeitigen Orientierung der Unternehmen über aktuelle Entwicklungen. CASTON gibt die Dienste im Internet heraus, aber auch in Zusammenarbeit mit Banken, Kammern, Verbänden und staatlichen Einrichtungen (www.caston.info).

Mit dem EuroCash System zum internationalen Forderungsmanagement, insbesondere Clearing und Inkasso, unterstützt Herfurth & Partner die Aktivitäten der Unternehmen in Europa und weltweit (www.eurocash.de).

Herfurth & Partner wurde 1990 gegründet und ist als Gesellschaft bürgerlichen Rechts organisiert. Weitere Informationen über die Kanzlei und ihre Arbeit sind im Internet bereitgestellt (www.herfurth.de).

www.caston.info

Mehrere tausend Beiträge zu Recht & Wirtschaft International finden Sie kostenfrei im Internet bei caston.info. Dort können Sie nach Schlagwort und Sachgebieten recherchieren.

Unsere Titelliste erhalten Sie auch per Fax.

HERAUSGEBER

HERFURTH & PARTNER,
Rechtsanwälte GBR - German & International Lawyers
Luisenstr. 5, D-30159 Hannover
Fon 0511-30756-0 Fax 0511-30756-10
Mail info@herfurth.de, Web www.herfurth.de

Hannover · Göttingen · Brüssel · München
Member of the ALLIURIS GROUP, Brussels

REDAKTION / HANNOVER

Redaktion: Ulrich Herfurth, Rechtsanwalt, zugelassen in Hannover und Brüssel (verantw.), Sibyll Hollunder-Reese, M.B.L., Rechtsanwältin (D); Philipp Neddermeyer, Rechtsanwalt (D),

unter Mitarbeit von Kenneth S. Kilimnik, LL.M., M.IUR., Attorney at Law (USA); Angelika Herfurth, Rechtsanwältin (D); Jens-Uwe Heuer, Rechtsanwalt (D); Dr. jur. Konstadinos Massuras, Rechtsanwalt (D) und Dikigoros (GR); Thomas Gabriel, Rechtsanwalt (D); Carlota Simó del Cerro, LL.M., Abogada (ES); JUDr. Yvona Rampáková, Juristin (CR); Egbert Dittmar, Rechtsanwalt (D); Metin Demirkaya, Rechtsanwalt (D); Dr. Jona Aravind Dohrmann, Rechtsanwalt (D); Marc-André Delp, M.L.E., Rechtsanwalt (D); Anja Nickel, Rechtsanwältin (D); Tatiana Getman, Rechtsanwältin (D); Reinald Koch, Rechtsanwalt (D); Monika Sekara, Rechtsanwältin (D); Kornelia Winnicka, Rechtsanwältin (D); Dr. jur. Wolf Christian Böttcher, Rechtsanwalt (D); Rosa Velarde, Abogada (PER); Adeline Maler Berger, Advocate and Solicitor (GB/ SG), Peh-Wen Lin, Rechtsanwältin (D).

KORRESPONDENTEN / AUSLAND

u.a. Amsterdam, Athen, Barcelona, Brüssel, Budapest, Bukarest, Helsinki, Kiew, Kopenhagen, Lissabon, London, Luxemburg, Mailand, Madrid, Oslo, Paris, Prag, Stockholm, Warschau, Wien, Zürich, New York, Moskau, Peking, Tokio, Bombay, Bangkok, Singapur, Sydney.

VERLAG

CASTON GmbH, Law & Business Information
Luisenstr. 5, D-30159 Hannover,
Fon 0511 - 30756-50, Fax 0511 - 30756-60
Mail info@caston.info; Web www.caston.info

Alle Angaben erfolgen nach bestem Wissen; die Haftung ist auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt. Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Herausgeber.