

Automobil- forhandler- kontrakter

EN ANALYSE

Isi Foighel

og

Hans Gammeltoft-Hansen



NYT NORDISK FORLAG . ARNOLD BUSCK
KØBENHAVN 1970

© D. A. F. 1970
PRINTED IN DENMARK BY
WINDS BOGTRYKKERI . HADERSLEV
ISBN 87 17 01238 4

Nærværende afhandling er blevet til på begæring af Danmarks Automobil-Forhandler-Forening, der har ønsket en undersøgelse af den danske automobilforhandlerkontrakt sammenlignet med tilsvarende kontrakter og kontraktstyper i andre lande. Foreningen har givet os fuldstændig frie hænder ved opgavens løsning og har således ikke på nogen måde ansvaret for de konklusioner, undersøgelsen naturligt har måttet føre til. Disse står alene for forfatterens regning.

København, oktober 1968.

Isi Foighel
professor dr. jur

Hans Gammeltoft-Hansen
stud. jur.

Introduktion

Med denne undersøgelse er det i første række hensigten at give en bred – omend ikke udtømmende – beskrivelse af den praksis, der i USA og Vesteuropa følges ved udformningen af kontrakter mellem fabrikanter og forhandlere inden for automobilbranchen. – Hvor der er tale om flere led end disse to, er det kontrakten mellem den forhandler, som sælger direkte til publikum, og hans nærmeste leverandør, (fabrikant eller importør), der er gjort til undersøgelsens genstand. En sådan kontrakt vil i øvrigt typisk være tilblevet under langt større – indirekte eller direkte – indflydelse fra den oprindelige producent end fra det senere distributions- eller importled.

I beskrivelsen af kontraktpraksis er en nærmere redegørelse for de enkelte bestemmelsers oprindelse og udvikling medtaget i det omfang, det synes hensigtsmæssigt for forståelsen af den nutidige udformning. Da så at sige alle kontraktsbestemmelser på den ene eller den anden måde kan føres tilbage til brancheforhold i den egentlige automobilindustri i fædreland, USA, vil sådanne historisk prægede redegørelser oftest dreje sig om amerikansk praksis og udvikling.

I den systematiske opdeling og beskrivelse af praksis er der taget det – foreløbige – udgangspunkt, at leverandøren i vidt omfang evner at diktere kontraktens bestemmelser over for forhandleren. De enkelte klausuler og bestemmelser ses dermed – groft sagt – som rene manifestationer af først og fremmest producentens behov og ønsker i relation til kontraktsforholdet. Dette udgangspunkt vil blive nærmere belyst og begrundet i forbindelse med beskrivelsen af de enkelte klausuler, især vedrørende opsigelse, overdragelse og godtgørelse. Det omfang, hvori også forhandlerens behov måtte være tilgodeset, kan således næppe læses ud af kontrakterne. For at søge de enkelte bestemmelsers mere eller mindre

kontroversielle karakter nærmere belyst, er visse repræsentative forhandlerudtalelser i flere tilfælde refereret eller citeret.

Foruden beskrivelse og klassificering er en vis vurdering af kontraktsforholdets retlige karakter tilsigtet.

I denne forbindelse bør en principiel komplikation af undersøgelsen fremhæves. Det vil nærmere fremgå, at den typiske automobilforhandlerkontrakt har et dobbelt systematisk tilhørsforhold. Med hensyn til indholdet vil den oftest kunne henregnes til eneforhandlingskontrakterne, mens kontrakten i henseende til sin sædvanlige tilblivelse og form frembyder meget væsentlige lighedspunkter med de såkaldte standardkontrakter. Denne sidste forbindelse vil navnlig spille en rolle ved bedømmelsen af den tyngde, der i en mulig konfliktsituation skal tillægges selve kontrakten – hvorledes kontrakten i det hele bør fortolkes – hvorimod der ved vurdering af kontraktens placering i det bestående system af kontraktstyper især må lægges vægt på kontraktens indhold.

Endelig søges der redegjort for en række af de vigtigste samfundsinteresser, som knytter sig til forholdet mellem fabrikanten og forhandleren. I denne forbindelse omtales tillige de væsentligste blandt de muligheder, der byder sig til for offentlig regulering eller indsigt på dette kontraktsområde. Også her spiller automobilforhandlerkontrakternes førømtalte dobbelte tilhørsforhold en rolle. Eksempelvis vil en diskussion af monopolmyndighedernes muligheder for at gribe ind i forholdet basere sig på eneforhandlingssynspunkter, hvorimod et eventuelt særligt administrativt kontrolorgan, som kendes visse steder i udlandet, snarest kan bringes på tale på grundlag af forhandlerkontrakternes karakter af standardkontrakter.

I sammenhæng med hele spørgsmålet om offentlig indgriben i denne særlige kontraktspraksis må det fremhæves, at flertallet af de sædvanlige klausuler i hovedsagen er blevet udformet i et samfund og i en periode, der bar præg af næsten fuldstændig liberalisme – USA i århundredets første tre årtier. Siden har kontraktsbestemmelserne – ofte uden væsentlige ændringer – været fastholdt, også under samfundsstrukturer, i hvilke der levnes offentlig indsigt og intervention i privates kontrakter en ganske anderledes fremtrædende plads. Det må dog understreges, at undersøgelsens materiale udelukkende skriver sig fra stater, der

traditionelt også i dag må anses for liberale – USA og Vest-europa.

Undersøgelsen rummer to vigtige fejlkilder.

I selve beskrivelsen må det stadig have in mente, at det til grund liggende materiale ikke er udtømmende, omend det må anses for fyldigt.

Til rådighed har været et kontraktmateriale, der for USA, Danmark, Sverige og Norges vedkommende er udtømmende, og i henseende til England, Tyskland, Schweiz og Østrig er repræsentativt. At tale om Vesteuropa er derfor for så vidt en tilsnigelse, da hverken de romanske lande eller Benelux-landene er omfattet af undersøgelsen.

I visse af de vurderende afsnit må det tillige have for øje, at uddragelsen af hovedlinier i de forskellige landes kontraktpraksis hovedsageligt baserer sig på en numerisk bedømmelse af det foreliggende kontraktmateriale. Dermed kan den situation være opstået, at en kontrakt, der kun anvendes over for et ringe antal forhandlere, i den statistiske bedømmelse har fået samme vægt, som den kontrakt, der er undertegnet af et meget stort antal forhandlere. For i nogen måde at imødegå fortegninger i præmisserne er det ofte fremhævet, *hvilke* selskabers kontrakter der har ligget til grund. Endvidere kan det tilføjes, at de to amerikanske selskaber, Ford og General Motor's europæiske kontrakter gennemgående er blevet tillagt betydelig vægt.

Undersøgelsen falder i to hovedafsnit. Det første (p. 13) indeholder de beskrivende kapitler, medens det andet (p. 105) omfatter de vurderende afsnit.

Første afsnit

KAPITEL 1 *Krav om effektivt salg*

En kontrakt i handelsforhold er normalt et resultat af to forholdsvis ligestillede parters forhandling. Målet er ofte det samme, nemlig afsætning af varer, ansættelse i en stilling etc. Men betingelserne for aftalen er normalt et udtryk for vidt forskelligartede interesser, f. eks. sælgers i at få mest muligt for sine varer, medens køberen prismæssigt ønsker det modsatte resultat.

Dette normale billede af en kontrakt gælder naturligvis også for automobilforhandlerkontraktens mangeartede bestemmelser. Men på et enkelt og centralt punkt afviger automobilforhandlerkontrakten fra denne normale model, hvilket hænger sammen med kontraktens karakter af eneforhandlingskontrakt. For så vidt angår dette led i kontrakten er fabrikanten og forhandlerens interesser tilsyneladende sammenfaldende.

Det drejer sig navnlig om de bestemmelser i automobilforhandlerkontrakterne, der går ud på at sikre, at forhandleren er effektiv, aktiv eller bredt sagt »tilfredsstillende« i sit afsætningsarbejde. Man skulle på forhånd tro, at interesserne her var fuldstændigt sammenfaldende i betragtning af, at effektivt afsætningsarbejde er forudsætningen for parternes økonomiske udbytte. Forholdt det sig nu indtil mindste detalje således, ville den naturlige følge imidlertid være, at ingen bestemmelse herom optoges i kontrakterne – hvad parterne i et og alt (og til enhver tid) kunne være enige om ifølge sagens natur burde ikke give anledning til konflikter og følgelig heller ikke til særlig kontraktsmæssig fastsættelse.

Som det imidlertid vil fremgå, drejer en ikke ubetydelig del af hver kontrakt sig om fastlæggelsen af netop disse spørgsmål. Den rette anskuelsesmåde må derfor formentlig være denne, at nok består der på områder et udtalt – og fra begge branchers side ofte understreget – interessefællesskab, men kun til et vist

punkt. Det skisma, der derefter indtræder, er for så vidt af dobbelt karakter. For det første retter fabrikantens interesse i effektivt salgsarbejde sig nok mod den enkelte forhandler, men kun middelbart. Fabrikantens behov omfatter primært en tilfredsstillende *salgsorganisation*, og interessen i den enkelte forhandlers effektivitet er derfor præget af, at forhandleren anskues som et integrerende led i denne organisation. Som et eksempel kan anføres det kontraktsbestemmelser, der fremtræder som en manifestation af fabrikantens interesse i at råde over en tilfredsstillende salgsorganisation inden for en større geografisk enhed – en interesse, der ikke altid udtalt kan siges at falde sammen med interesserne hos den enkelte forhandler inden for dette område.

For det andet er det grundlæggende synspunkt i henseende til *graden* af den ønskede aktivitet og effektivitet muligvis af forskellig art for fabrikantens og forhandlerens vedkommende. Hvor fabrikanten i kraft af salgspolitikens ganske afgørende betydning for hele virksomhedens drift og konkurrenceevne må se det som sit mål at opnå den under de givne vilkår absolut størst mulige afsætning, består der en mulighed for afsvækkelse af forhandlerens interesse i stedse øget afsætning, når det punkt er nået, hvor han kan konstatere, at hans bedrift er rentabel. *Hvorvidt* en sådan afsvækkelse finder sted, og i givet fald da i hvor høj grad, er afhængig af faktorer, som forhandlerens personlige krav til levestandard, hans mulighed for øget investering i sin forretning etc. Sædvanligvis vil forhandleren vel følge med et langt stykke af vejen, men alligevel er det troligt, at der på et vist punkt indtræffer et skisma.

Hvorom alting er, indtager bestemmelser af den heromhandlede art en ganske fremtrædende plads i kontrakterne; og ved den følgende gennemgang er der nok grund til at have in mente, at de enkelte bestemmelser er udformet fra fabrikantens side med henblik på de situationer, hvor interessekonflikter af de førnævnte grunde muligvis kan opstå.

A. Udviklingens hovedtræk

Allerede i de tidligste amerikanske*) automobilforhandlerkontrakter fra omkring 1900 til 1908 indsattes generelt formulerede bestemmelser om disse spørgsmål; således indeholdt f. eks. Peerless Motor Car Co.'s kontrakt fra 1903 en passus om, at sælgeren var forpligtet til at yde salget »den største ihærdighed« – »his best energies«. Omkring 1910 skærpedes dette punkt som oftest noget, således at fabrikanten sikrede sig »den fulde udnyttelse« – »the extensive use« – af forhandlerens kapital, arbejdskraft og øvrige hjælpemidler. Imidlertid var der endnu ikke opstået egentlig konkurrence mellem de enkelte bilmærker, så fabrikanternes motiver til at lægge synderlig vægt på disse spørgsmål var ikke udtalte.

Efter 1920 krævede konkurrencen mellem de amerikanske fabrikanter en øget styrke i afsætningen for hvert enkelt firma; det var nu ikke alene et spørgsmål om blot at søge at tilfredsstille efterspørgslen. Samtidigt begyndte de brugte biler at overfylde markedet, bl. a. som følge af publikums krav om »moderne« designede og udstyrede biler; man udskiftede hyppigere sin vogn. Dette krav fra det kørende publikum medførte også, at bilerne antog en mere kompliceret teknisk udformning, hvilket bl. a. foranledigede fabrikanterne til at kræve ikke blot større afsætning, men også langt mere detaljeret reparations- og serviceudstyr. I 1930 havde den amerikanske automobilforhandler en gennemsnitlig investering på ca. \$ 25.000 i sin virksomhed – en ganske overordentlig stigning i forhold til det første decenniums investeringer.

I 1938 foretog i USA en kommission, The Federal Trade Commission, en række undersøgelser vedrørende automobilindustrien og udarbejdede den såkaldte Motor Vehicle Report. Kommissionen pegede på en lang række tilfælde, hvor fabrikanterne havde taget forskellige skridt for at anspore forhandlerne til større effektivitet, ligesom det fremhævedes, at disse forholdsregler formentlig undertiden benyttedes til at lægge urimelig vægt – »an unfair emphasis«

*) Med »amerikanske kontrakter« menes kontrakter, der binder amerikanske *forhandlere*; »europæiske kontrakter« er, tilvarende, kontrakter, der anvendes over for europæiske forhandlervirksomheder. Eksempelvis omfatter udtrykket »de amerikanske selskabers tyske kontrakter« de kontrakter, hvis partnere er en amerikansk producent og en tysk forhandler.

– på omfanget af salget af nye vogne. Samtidig understregedes det dog, at forholdsregler af den nævnte art ikke sjældent viste sig at være til gavn for både forhandlere og købere.

At en uheldig tendens udviklede sig i disse år fremgik tillige af en række domsudtalelser. F. eks. bemærkede retten i en appelsag anlagt i 1939 af Antitrust Department mod General Motors,*) at »appellanterne (fabrikanterne) befandt sig i en sådan stilling, at de var i stand til – og rent faktisk også udnyttede denne mulighed – at påtvinge den principielt uafhængige forhandler deres ønske, ikke blot i henseende til den måde, hvorpå forhandleren burde varetage deres – fabrikanternes – forretningsinteresser, men også i henseende til hvorledes forhandleren i det hele taget skulle lede sin hele forretningsvirksomhed«.

Generelt kan man formentlig sige, at en stadig stigende intensitet har præget »effektivitets«-bestemmelserne fra omkring midten af 1920'erne og op til vore dage, idet automobilfabrikanterne omkring 1925 erkendte, at deres hovedproblemer var forrykket fra produktionen til afsætningen.

I en erklæring til den amerikanske Antitrust-Committee i 1956 understregede General Motors præsident, at de hjælpemidler og den organisation, der må forlanges af forhandleren for effektivt at kunne udstille, sælge og yde service på automobiler, nødvendigvis forudsætter en betydelig økonomisk investering. Samtidig erkendte han dog, at forhandlerens forpligtelser i denne sammenhæng burde præciseres og ikke manifestere sig i uklare og vage bestemmelser om virksomhed »til fabrikantens tilfredshed« etc. Dette synspunkt er dog næppe slået igennem i europæiske kontrakter. Opsigelse på grund af ikke-tilfredsstillende arbejde – »dissatisfaction« – er stadig en mulighed inden for de fleste automobilforhandlerkontrakters rammer.

B. Krav til forhandlerens effektivitet i det direkte forhold til publikum

For at kunne danne sig et billede af parternes stilling i relation til de her omhandlede reglers udvikling og betydning er imidlertid

*) 121 F. 2nd 376 (7th Cir. 1939).

en nøjere gennemgang og analyse af fabrikantens interesse i forhandlerens effektivitet påkrævet.

Det er indlysende, at den almindelige udvikling for mange af de i dette kapitel omtalte enkelte kontraktsbestemmelser må være ensartet. De forholdsregler fabrikanterne har følt sig foranlediget til at tage for at opnå den højeste effektivitet hos deres forhandlere (især i direkte relation til publikum) tjener alle samme hovedformål – et formål, der står i direkte proportion til den indbyrdes konkurrence mellem fabrikanterne. Det kan derfor heller ikke undre, at kontraktsbestemmelserne igennem de to første årtier, hvor konkurrence på det nærmeste var et ukendt begreb i branchen, var genstand for en ganske løselig behandling på disse – senere så vitale – punkter.

1. Salgsvirksomheden

Automobilforhandlerkontrakternes bestemmelser vedrørende salgsvirksomheden drejer sig især om forhandlernes pligt til at drive reklame, at opretholde en udstilling samt i et vist omfang holde demonstrationsvogne til rådighed for publikum. Kravene til forhandlerne har på disse tre områder oftest fulgt de samme retningslinier.

a. Reklame

I USA finder man i kontrakter fra århundredets to første årtier sjældent nøjere fastlagte krav til forhandlerne vedrørende reklame. Denne holdning fra fabrikanternes side kan ikke undre, når det betænkes, at den tilstrækkelige afsætning i denne periode var så langt fra at være problematisk. Bemærkelsesværdigt er det for så vidt, at man allerede i 1918 i Hudson Motor Car Co.'s kontrakt finder bestemmelser om, at forhandleren skal bidrage til en reklamefond i et omfang, som bestemmes af fabrikanten eller hans »distributor«. General Motors fulgte op med en bestemmelse om, at forhandleren for hver bil, han aftog fra fabrikken, skulle yde \$ 5 til en sådan reklamefond. Endvidere fastsloges det i kontrakten (fra 1926), at forhandlervirksomheden skulle være udstyret med visse standardskilte o. l. fra fabrikanten.

Kontraktsbestemmelserne på dette område blev år for år mere detaljeret og krævende. I sin reviderede forhandleroverenskomst fra 1956 indførte General Motors bestemmelser om, at firmaet og forhandlerne skulle bidrage til reklamefonden i forholdet 1 til 2; i samme overenskomst indføjedes klausuler, der tog sigte på at sikre en høj forretningsmæssig etisk standard ved averteringen.

Hovedreglen i USA i dag er den, at selskaberne stiller store og detaljerede krav til forhandlerens reklamearbejde.

I Vesteuropa frembyder bestemmelserne om avertering et broget billede. En hel del kontrakter fastslår generelle forpligtelser til »passende« lokal reklamering (evt. med firmaets godkendelse), eller til deltagelse i et ikke nøjere specificeret samarbejde mellem forhandler og fabrikant*) eller importør. Til samme gruppe kan henregnes enkelte bestemmelser om forhandlerens – ikke fastsatte – bidrag til landsavertering. En særlig fremgangsmåde anvendes af Volkswagen, idet dette selskabs udenlandske importører opkræver et bestemt mindre beløb af forhandlerne pr. leveret vogn, hvorimod firmaet ifølge sin tyske kontrakt kan forlange, at forhandleren anvender 1/2 % af sin omsætning til reklame; et lignende system anvender Simca i Østrig. Resten – hvilket formentlig omfatter den største gruppe, bl. a. Ford – fordrer 1 % af detailprisen eller bruttoindkomsten anvendt til avertering, som hovedregel ligeligt fordelt mellem lokal- og landsreklame.

I Danmark rummer de færreste kontrakter bestemmelser om avertering og anden reklame. De firmaer, der har reguleret spørgsmålet, har som hovedregel gjort det ved angivelse af en procentsats (af detailprisen), der enten fastsættes endeligt i kontrakten eller henskydes til individuel fastsættelse, foretaget af importøren. Et enkelt firma beregner bidraget til landsavertering som et fast beløb – 35 kr. – pr. leveret vogn. Visse importører kræver, at forhandleren foretager lokalavertering i »passende« omfang, medens andre fastlægger det som et krav om, at 1/2 % af detailprisen

*) Som tidligere anført, er det – hvor der er tale om flere led end blot fabrikanten og forhandleren, hvad der oftest vil være tilfældet – kontrakten mellem det sidste forhandlerled (d.v.s. den forhandler, der sælger direkte til publikum) og hans nærmeste leverandør, der er gjort til undersøgelsens genstand. Udtrykket »fabrikant« eller »leverandør« må derfor oftest forstås som »fabrikant/distributør/importør e. l.«, jfr. p. 9.

skal anvendes hertil; et enkelt firma kræver lokal avertering for mellem 1/4 % og 2 % af de leverede vognes værdi – dette firma sikrer sig indseende med averteringsens karakter ved at refundere halvdelen af det anvendte beløb under forudsætning af, at averteringsens art og indhold kan godkendes.

For såvel de amerikanske som de europæiske kontraktsforholds vedkommende kan det generelt siges, at reklameudgiftsniveauet svinger en del, omend ikke meget, inden for de enkelte områder; dette sidste kan næppe heller undre, da der vel må bestå en vis indbyrdes sammenhæng mellem betimeligheden af de konkurrerende mærkers reklamebudgetter.

b. Salgsudstilling

I Peerless Motor Car Company's kontrakt fra 1903 fandtes bestemmelser om, at forhandleren var forpligtet til at drive sin salgsvirksomhed fra »et velegnet salgslokale« – »a suitable sales-room« – men udover sådanne generelle krav var der intet fastlagt om spørgsmålet. Ligesom for reklamebestemmelsernes vedkommende blev bestemmelser om udstillings- og salgsfaciliteter fra omkring 1920 imidlertid stedse mere vidtrækkende og detaljerede. For forhandlerne antog bestemmelserne herom efterhånden en så byrdefuld karakter, at the Federal Trade Commission i 1939 i sin rapport – The Motor Vehicle Report – så sig foranlediget til at bemærke om disse bestemmelser, at de blandt andre tillod fabrikanterne at påtvinge forhandleren sin vilje, især i henseende til forhandlerens investeringer.

En vis neddæmpning i fabrikanternes krav – ifølge kontrakten – kunne dog efterhånden konstateres, i hvert fald rummede flere af kontrakterne fra de senere år en vis tendens til en mere generel formulering. Ford havde således i 1955 en passus om, at selskabets produkter skulle være »tilgængeligt for publikum« – »available to the public« – og de øvrige større selskaber optog lignende bestemmelser. General Motors præsident udtalte sig, i sin før omtalte erklæring fra 1956, om betydningen af at kunne råde over »kvalitetsforhandlere«, hvorved han bl. a. forstod forhandlere med et tidsvarende salgsanlæg.

De amerikanske selskaber stiller i dag store krav til forhandler-virksomhedens salgsudstyr. Oftest finder kravene herom udtryk i

kontrakterne gennem generelle formuleringer som »adækvat« og »tilfredsstillende«; men mere detaljerede opregninger ses også anvendt.

I de europæiske lande finder man generelt betragtet tre former for klausuler vedrørende udstilling og salgsarbejde: 1) kontrakter, der indeholder detaljerede krav til salgsarbejdet, 2) kontrakter, der herudover tillige rummer en generel klausul om »tilfredsstillende« – eller evt. den lidt afsvækkende form, »rimelig« – indretning; 3) kontrakter uden bestemmelser om forhandlerens pligt til at opretholde salgsudstilling. Det er de færreste europæiske kontrakter, der tilhører den sidste gruppe. De to første er lige omfattende, dog således at de større firmaer (især Ford) gennemgående er tilbøjelige til at stille formulerede krav, eller i det mindste krav om godkendelse ved oprettelse af salgslokaler og ved alle senere ændringer heraf.

I Danmark er hovedreglen den, at forhandleren er pligtig at opretholde et »tilfredsstillende« apparatur af salgslokaler og udstilling; visse kontrakter anvender i stedet udtryk som »passende« eller »rimelig«. Herudover er kravene i visse tilfælde specificerede i højere eller lavere grad. Især Ford opregner nøje, hvad der kræves af forhandlerens lokaliteter.

c. Demonstrationsvogne

Kontraktsbestemmelserne om demonstrationsvogne har i USA nøje fulgt den samme udvikling som bestemmelserne om salgsvirksomhed og udstilling i øvrigt. I dag er det imidlertid således i de amerikanske kontrakter, at kun et enkelt firma – Ford – stadig har bestemmelser om demonstrationsvogne, idet det forlanges, at antallet af sådanne til enhver tid skal være adækvat.

I de vesteuropæiske kontrakter er demonstrationsvogne som hovedregel omtalt i kontrakterne. En del kontrakter fastsætter udtrykkelig antallet, medens andre henskyder det til senere, eller periodisk tilbagevendende, afgørelse; endelig udtrykker enkelte kontrakter et krav om et for forhandlerens område og hele virksomhed adækvat antal demonstrationskøretøjer. Bemærkelsesværdige er for så vidt to østrigske kontrakter; den ene (Peugeot) pålægger forhandleren at sørge for, at der er demonstrationsvogne i nødvendigt omfang, men importøren stiller dem, efter visse regler,

til rådighed, blot mod forhandlerens sikkerhedsstillelse. En anden (Simca) angiver direkte, hvor mange demonstrationsvogne der fordres, men anfører samtidigt, at forhandlerens provision beregnes efter forskellige procentsatser, alt efter om den solgte bil er af et mærke, af hvilket forhandleren har demonstrationsvogn eller ej.

I Danmark indeholder ca. halvdelen af forhandlerkontrakterne ingen bestemmelser om demonstrationsvogne. De øvrige afgør eller henskyder spørgsmålet til nærmere aftale, eller fastsætter, at »et passende antal« af de nyeste modeller skal have til demonstrationsbrug.

d. Sammenfatning

Som det vil være fremgået, er det vanskeligt at anføre generelle retningslinier vedrørende forhandlernes kontraktsmæssige forpligtelser i henseende til reklame, salgslokaliteter og udstilling, demonstrationsvogne etc. Relativt ofte anvendes generelt formulerede bestemmelser – som formentlig giver fabrikterne en ikke ringe pressionsmulighed – til trods for, at det uheldige i en sådan fremgangsmåde forlængst er blevet påpeget, også fra fabrikantside.

2. Bil- og reservedelslager

Til opretholdelse af forhandlerens effektive virksomhed over for det kørende publikum bidrager en række kontraktsbestemmelser, der vedrører fastsættelsen af forhandlerens pligt til at opretholde et vist lager af såvel biler som reservedele.

Den omtalte kontrakt fra 1903 mellem Peerlees Motor Car Co. og dette selskabs forhandlere forpligtede forhandleren til at have et »rimeligt« – »reasonable« – lager af biler til salg. I de følgende 15–20 år ændredes bestemmelserne i så henseende ikke væsentligt, omend de blev en smule mere detaljerede. Efter en udvikling i retning af stedse nøjere fikserede krav til lageret, vendte fabrikterne sig atter til de generelt formulerede bestemmelser, der tillod dem et meget vidt spillerum, når kontraktens forpligtelser skulle konkretiseres i detaljerede krav. Således var det i 1950'erne almindeligt blot at formulere lagerkravene derhen, at de skulle være til fabrikantens tilfredsstillelse – »satisfaction«.

I dag fastlægger de amerikanske firmaer kravet således, at

reservedelslageret skal være ganske adækvat i forhold til service-ydelsernes omfang. Om billageret udtaler (bortset fra American Motors, der blot stiller adækvanskrav i forhold til afsætningen) kun Ford sig, idet der her fordres, at lageret af nye vogne skal udgøre mellem 8 % og 12 % af de forudgående 12 måneders omsætning.*)

For de vesteuropæiske landes vedkommende tyder det på, at tendensen går i retning af at fastlægge såvel bil- som reservedels-lageret som en andel af den forudgående eller forventede omsætning, for billagerets vedkommende som regel svarende til en måneds – eller i enkelte tilfælde, to måneders – gennemsnitlige salg, medens det med hensyn til reservedele svinger mellem to, tre og fire måneders gennemsnitlige forbrug. En del firmaer foretrækker dog også at lade kontrakten fastsætte et bestemt angivet minimum. Endelig lader enkelte kontrakter (især i Tyskland) spørgsmålet regulere ved en generel formulering, om et passende forhold mellem forhandlerens distriktsbehov og lagerets mindsteomfang. Ganske få firmaer lader spørgsmålet stå åbent i kontrakten.

I de fleste danske kontrakter er der stillet betingelser om opretholdelsen af et vist minimumslager. Nogle enkelte mindre firmaer har dog afstået fra at optage bestemmelser om lagerets størrelse i henseende til salgsklare biler. De øvrige falder i to grupper. Den ene fastsætter et bestemt antal vogne ved kontraktens oprettelse, eventuelt kombineret med en generel passus om »adækvans« eller »tilfredshed«. Den anden gruppe, der omfatter en række af de største importører på det danske marked, bestemmer minimumslageret af biler i forhold til den skiftende omsætning – General Motors som svarende til forhandlerens overslag over de kommende 30 dages salg, Ford og Nordisk Diesel kræver som et passende og velassorteret lager det antal biler, der svarer til én måneds salg. Kun Scania Diesel synes at stille et noget videre krav, idet der fra dette firmas side opstilles krav om et lager på mindst en sjettedel af det af firmaet beregnede årssalg.

*) Det bør i denne forbindelse erindres, at krav til størrelsen af forhandlerens billager ikke alene har relation til forhandlerens effektivitet over for kunderne, men tillige har den vigtige funktion at tjene som »udjævningsled« for momentane afsætningssvingninger og derved medvirke til kontinuerlig produktion, jfr. nærmere herom kapitel III, p. 68.

Om reservedelslageret rummer alle danske kontrakter visse bestemmelser. Adskillige firmaer stiller krav om adækvans i forhold til den fornødne betjening af de i forhandlerens distrikt kørende vogne eller lader spørgsmålet om minimumslager bero på importørens skøn. En anden gruppe sætter reservedelslageret i forhold til omsætningen – Ford og Nordisk Diesel således som en sjettedel af det forudgående års på indkøbspriser beregnede forbrug. Volkswagen som svarende til tre måneders forbrug, Scania Diesel til fire måneders forbrug.

Endelig lader et enkelt firma i hver enkelt kontrakt et individuelt beløb fikse, under hvilket værdien af reservedelslageret ikke må falde.

At kontrakternes bestemmelser om bil- og reservedelslager – især hvor sådanne bestemmelser optræder i deres generelt formulerede form – føles tyngende af forhandlere, ses bl. a. af, at den internationale sammenslutning IOMTR (International Office for Motor Trade and Repairs) i den på sin kongres i 1961 i Lissabon vedtagne resolution*) understregede, at antallet af motorkøretøjer, som en forhandler skal have på lager, normalt ikke bør overstige en måneds gennemsnitlige omsætning. – Dette krav er gentaget i rapporten fra organisationens kongres i London i maj 1968.

Det synes, som om de kontraktsmæssige forpligtelser i henseende til forhandlerens lager i det store og hele frembyder en vis ensartethed. De generelle udtryk »tilfredsstillende«, »rimelig« etc., er relativt få. Hvor man har valgt at fastsætte minimumslageret som generelt set adækvat i forhold til det stedlige behov, er der kun sjældent optaget supplerende bestemmelser om, at sådan adækvans fastlægges ensidigt af fabrikanten/importøren, selv om dette måske nok undertiden i praksis er tilfældet. Hvor man har fastlagt lageret i forhold til omsætningen – den faktiske eller den forventede – synes man, på ganske få undtagelser nær, ikke at være gået væsentligt ud over de af forhandlerne opstillede ønsker i så henseende, således som de er kommet til udtryk i Lissabon-resolutionens § 5.

*) Herefter omtalt som Lissabon-resolutionen.

3. Service m. m.

Bestemmelserne om dette for forhandlerens effektivitet så vigtige spørgsmål frembyder et ret ensartet billede fra land til land, såvel i USA som i Vesteuropa. Nogle fabrikanter udspecificerer ganske vist kravene mere end andre, men i hovedsagen er de, på få undtagelser nær, ganske på linie.

Historisk set knytter kontraktens regulering af serviceydelse sig helt til det om reservedelslagerkravene anførte; nemlig en stærk tilbageholdenhed i perioden op til 1920 med en derpå voksende detaljerighed og udstrækning af kravene.

Spørgsmålet deler sig naturligt i kravene til 1) anlæg og værktøj, 2) mekanikernes antal og 3) uddannelse, 4) omfanget af den forrede service.

Hvad angår serviceanlægget i videste forstand er der to fremgangsmåder, hvorved fabrikanterne har sikret deres interesser. Den ene manifesterer sig i almindelige bestemmelser om et »passende« eller »fornødent« anlæg; den anden, og hyppigere anvendte, går ud på, at selskabet skal foretage en regulær autorisation af værkstedet. Den første gruppe kombineres som oftest med et krav om, at det af firmaet foreskrevne specialværktøj skal anskaffes. Mekanikernes antal er sjældent fastsat, men omfattes som hovedregel af bestemmelser om »fornødent« antal. Derimod foreskriver – især de større – fabrikanter, at udover at virke for personalets generelle dygtiggørelse, er forhandleren forpligtet til at lade sit tekniske personale deltage i kurser, der afholdes af selskabet; den tid, der hengår hermed for kursusdeltagerne, skal forhandleren som oftest selv honorere.

Disse særlige bestemmelser om uddannelse introduceredes i kontrakterne i samme takt, som automobilfabrikanterne mødtes af kravet om »style«. I samme omfang, bilerne fra at være rene brugsgenstande tillige antog en vis luksuskarakter – ikke alene i henseende til design, men også til maskinel – så fabrikanterne deres interesse i at vedligeholde og forlænge deres varers kvalitet gennem en forbedret uddannelse af den mekanikerskare, der skulle tilse og reparere vognene. Kravene herom er tilsyneladende i god overensstemmelse med forhandlernes synspunkter; i rapporten fra den 22. kongres i forhandlerorganisationen IOMTR i maj 1968

i London fremhæves det, at fabrikkerne har ansvar for og forpligtelse til på forskellig vis at fremme uddannelsen af forhandlervirksomhedernes tekniske personale, således at de kan yde service og reparation i det omfang, det er nødvendigt for at holde automobilerne i sikker og forsvarlig tilstand.

Omfanget af den service, forhandleren forpligter sig til at yde, falder regelmæssigt i to afsnit. Det ene omfatter de almindelige serviceeftersyn, der for hver model fastlægges af fabrikanten. Sådant service skal forhandleren i reglen yde for egen regning. Visse kontrakter regulerer det spørgsmål, der kan opstå, når en køber ønsker almindelig service givet hos en anden forhandler end den, hos hvem vognen er købt, således, at den sælgende forhandler i givet fald er pligtig at yde en nærmere fastsat godtgørelse til den serviceydende. Den anden del af serviceforanstaltningernes omfang vedrører den af fabrikanten givne garanti. På dette punkt udstrækker forhandlerens forpligtelse sig som hovedregel til at foretage de pågældende reparationer og udskiftninger til den lavest mulige omkostning, der så refunderes af selskabet efter visse – vekslende – regler om prisfastsættelsen.

Det synes således, som om der består betydelig international ensartethed i kontrakternes formulering på det her omhandlede felt. Det kan bemærkes, at kontrakternes detaljerighed er vekslende, men hovedsigtet er tilsyneladende ganske ensartet dette, at forhandleren skal være i stand til at yde den mest fortrinlige service – som oftest for egen regning (hvor det drejer sig om de mere sædvanlige eftersyn og justeringer) – og derudover reparationer, omfattet af fabrikantens garanti, med den lavest mulige omkostning.

4. Eksklusivrepræsentation

En vigtig bestemmelse i forhold til fabrikantens interesse i en effektiv *salgsorganisation*, er kravet om, at kun *hans* firmas varer må forhandles. Bestemmelsens sigte er imidlertid dobbeltsidigt. Dels sikrer fabrikanten sig det fulde udbytte af forhandlerens hele apparatur og bestræbelser; han opnår så at sige, at forhandlerens personlige good-will kun kommer ham, fabrikanten, til gode.

Men desuden sætter han ved dette krav forhandleren i et totalt afhængighedsforhold, som bidrager til at understrege en lang række af kontraktens øvrige bestemmelser, hvilket er en væsentlig del af det grundlag, hvorpå en helhedsvurdering af kontrakten må baseres. Her skal bestemmelsen kun omtales og beskrives i det omfang, hvori den manifesterer fabrikanternes interesse i at opnå den fulde udnyttelse af forhandlernes arbejdskraft og investeringer.

Først i perioden 1920–30 begyndte de udtrykkelige bestemmelser om, at forhandleren ikke måtte handle med andre mærker, at blive almindelige. Enkeltstående bestemmelser af denne art kan dog ses i kontrakter helt tilbage til 1908. Især de større selskaber anførte forhandlerens overtrædelse af eksklusivklausulerne – »taking in a competing line« – som en hovedopsigelsesgrund; i General Motors kontrakt fra 1926 berettigede det fabrikanten til at opsige med ti dages varsel. De foregående kontrakter havde dog jævnligt indeholdt bestemmelser, svarende til Peerless Motor Car Co.'s kontrakt fra 1903 om, at forhandleren måtte »devote his best energy« – »vie sin fulde kraft« – til fabrikantens produkter; netop denne passus i Peerless-kontrakten gav i 1912, i sagen Randall v. Peerless Motor Car Co. *) Supreme Court of Massachusetts anledning til at udtale, at kontrakten måtte forstås derhen, at forhandleren dog ikke var forpligtet til udelukkende at beskæftige sig med Peerless' produkter, og at bestemmelsen ikke var til hinder for, at forhandleren drev sin forretning, som han selv ønskede det, og havde ret til yderligere at inddrage forhandlingen af »ikke-konkurrerende« – »non-competing« – biler i sin virksomhed. Om denne udtalelse kan tages til indtægt for en fortolkning af klausulen i retning af eksklusivrepræsentation, er problematisk, og må vel bero på en forståelse af begrebet »non-competing automobiles«, som er vanskelig at danne sig nu. Man kan imidlertid indskrænke sig til at betragte det som et udtryk for, at konkurrencen mellem de forskellige bilmærker var af ganske ringe udstrækning, og at der derfor i det hele ikke var synderlig grund til at lægge vægt på optagelse af knivskarpe eksklusivklausuler i kontrakterne.

*) 212 Massachusetts, 352, 99 N. E. 221.

I de følgende år – dvs. i 1930'erne og 1940'erne – blev eksklusivrepræsentation den stedse mere sædvanlige form, således at Federal Trade Commission kort før anden verdenskrig kunne bemærke, at »det er blevet stedse mere almindeligt, at fabrikanterne kræver, at deres forhandlere afstår fra at forhandle andre selskabers biler, tilbehør og reservedele; det kræves med andre ord, at forhandleren eksklusivt skal repræsentere og forhandle fabrikantens produkter«.*) I 1949 anmodede Department of Justice's Antitrust-afdeling om, at eksklusivklausulerne udgik af de amerikanske kontrakter, hvilket også skete på en enkelt undtagelse (Studebaker Corp.) nær. Det betød imidlertid ingen *faktisk* ændring i forhandlerforholdene, idet langt den overvejende del af forhandlerne fortsat kun repræsenterede ét firma. I USA er stillingen fortsat den, at ingen af de større fabrikanter gennem *kontrakten* afskærer deres forhandlere fra at sælge andre selskabers automobiler.

Den foretrukne bestemmelse om eksklusivforhandling i Vesteuropa synes ganske klart at være den, at selskabets udtrykkelige skriftlige tilladelse kræves, forinden eventuel konkurrerende forhandling påbegyndes. Kun ganske få kontrakter rummer et kategorisk forbud. Flere er formuleret på en sådan måde, at det synes, som om selskabets tilladelse – når omstændighederne i øvrigt måtte være acceptable – er relativ nem at erholde; bestemmelser af sådan art er da som oftest suppleret med et udtrykkeligt forbehold om ret til tilbagekaldelse af tilladelsen. I en række østrigske kontrakter afstår man fra forbud, men kræver blot, at den konkurrerende forhandling skal angives og opregnes i selskabets kontrakt med forhandleren. Bemærkelsesværdig er Fords svenske kontrakt, der overhovedet ingen eksklusivklausul rummer.

I Danmark indeholder samtlige forhandlerkontrakter bestemmelser, som enten direkte forbyder forhandleren at medvirke til salg af andre mærker eller i det mindste gør et sådant salg betinget af en forudgående tilladelse fra importøren. I praksis gøres der ikke sjældent brug af disse dispensationsbestemmelser, hvor det drejer sig om mindre gangbare mærker. – Det bør tilføjes, at disse eksklusivklausuler næsten alle kun omhandler forhandlerens salg af andre

*) The Motor Vehicle Report, p. 110.

nye automobiler; og det må antages, at også de kontrakter, der ikke tager dette sproglige forbehold, alligevel må forstås således, at forhandleren ingenlunde er afskåret fra at drive brugtvognssalg i den udstrækning, der er et naturligt led i hans hele forhandler-virksomhed.

I relation til eksklusivforhandlingen kan der da drages en skarp linie mellem de kontraktsmæssige bestemmelser i henholdsvis Amerika og Vesteuropa – et skel, der hovedsagelig er opstået som følge af de amerikanske antitrustbestemmelser, og som på ingen måde synes at modsvares af en forskel i de faktiske forhandlerforhold, hvor sondringen, som naturligt er, må lægges mellem de større selskaber og de mindre gangbare mærker. At danske kontrakter synes at have en lidt anden nuance (med relativt sjældent forekommende udtrykkelige dispensationsbestemmelser) end de øvrige europæiske kontrakter, kan formentlig næppe heller tillægges nogen større reel betydning.

5. Faste salgspriser

Som et yderligere led i bestræbelserne på at opbygge og fastholde en effektiv og konkurrencedygtig salgsorganisation, har fabrikanterne i kontrakterne ladet optage visse bestemmelser vedrørende vognens endelige salgspris.

Kravet om faste detailpriser er et ganske gennemgående træk i automobilforhandlerkontrakterne såvel historisk som geografisk. I Peerless Motor Car Co.'s kontrakt fra 1903 introduceredes det; i General Motor's kontrakt af 1926 sås det første gang i sin kategoriske og udspecificerede form.

Imidlertid er det ifølge sagens natur kun den maximale prisansættelse, der kan interessere fabrikanterne, og det såkaldte *bruttoprissystem* har følgelig udviklet sig som den altovervejende fremgangsmåde i disse forhold, såvel i USA som i Danmark og det øvrige Vesteuropa. Efter dette system fakturerer fabrikanten bilerne til den af fabrikken fastsatte udsalgspris med en vis rabat til forhandleren. Denne rabat, ud af hvilken forhandleren skal afholde sine udgifter og beregne sin fortjeneste, fastsættes også alene af fabrikanterne.

Visse bestemmelser har naturligt nok været genstand for forhandlernes bestræbelser på at opnå øget indflydelse på kontraktens udformning og praktisering. I Lissabon-resolutionen af 1961 siges det således (§ 7), at fabrikanten bør give forhandleren en rimelig rabat, og at enhver bestemmelse i kontrakten, som binder forhandleren til at give afkald på en vis fortjenesteandel, må forkastes. I tilslutning hertil udtrykker resolutionen (§ 4) kravet om forhandlerens ret til selv at fastsætte sine reparationspriser.

Bestemmelserne om de faste udsalgspriser suppleres ofte med krav til forhandleren om at anvende de af fabrikanten fastsatte rabatsatser til visse kundekategorier.

6. Kapitalkrav

Visse leverandører søger at underbygge den enkelte forhandlers effektivitet gennem krav om en bestemt driftskapital. Bestemmelser af denne art findes fortrinsvis i de amerikanske kontrakter. Kravet er her som oftest henlagt til nøjere fastsættelse i hvert enkelt tilfælde på basis af gensidige drøftelser og erfaringer i området; forhandleren må tillige som regel være indstillet på periodisk tilbagevendende regulering heraf. Det er vanskeligt at konstatere, hvornår bestemmelser af denne art fremstod; i hvert fald har de siden slutningen af 1940'erne været almindelige i Amerika.

I Vesteuropa – og Danmark – er bestemmelser af denne art kun sjældent forekommende. General Motors fastholder kravet også over for sine europæiske forhandlere. I modsætning til de før omtalte bestemmelser vedrørende detailpriser synes kapitalspørgsmålet således ikke at tildrage sig synderlig interesse i Europa. Grunden hertil kan muligvis søges i, at problemet begrænses fra to sider af andre arter af kontraktbestemmelser. For det første de undertiden meget vidtspændende – allerede omtalte – krav til lager, værktøj, salgsvirksomhed og reklame. Gennem disse krav er fabrikanten i betydelig udstrækning – og på mere nuanceret vis – i stand til at forfølge de samme formål, som ligger bag de mere summariske kapitalkrav. For det andet rummer så at sige alle de europæiske kontrakter bestemmelser om hastig opsigelse af forholdet i tilfælde af forhandlerens nedsatte eller manglende likviditet.

Bemærkelsesværdigt er det, at forhandlernes egen internationale organisation, IOMTR, på sin kongres i maj 1968 har givet udtryk for, at fabrikanterne/importørerne kun bør udpege sådanne nye forhandlere, som – bl. a. – »besidder tilstrækkelig kapital, ejendom og vederhæftighed« – »sufficient funds, property and reputable credit« – til at opnå den største forretningsmæssige uafhængighed og økonomiske stabilitet og til at kunne fastholde en konkurrencedygtig stilling i det markedsområde, for hvilket han er ansvarlig«.

C. Andre krav til forhandlerens effektivitet

1. Fabrikantens interesse i en *geografisk set dækkende salgsorganisation* manifesterer sig på to punkter i de enkelte kontrakter. For det første i selve eneforhandlingens nærmere fastlæggelse. Distrikternes udstrækning kan til en vis grad siges at fremtræde som et resultat af forhandlerens rentabilitetsbetragtninger på den ene side og fabrikantens ønske om en fuldstændig dækkende repræsentation i hele området på den anden. Dette spørgsmål – som dog formentlig er af mere kompleks natur – skal imidlertid undersøges nærmere nedenfor i kapitel 5 i sammenhæng med hele problemkredsen omkring den territoriale beskyttelse.

For det andet må spørgsmålet om forhandlerens forpligtelse til at ansætte repræsentanter eller underforhandlere ses i denne sammenhæng.

Bestemmelser hvorefter fabrikanten kan kræve, at forhandleren ansætter et vist antal underforhandlere, var fra omkring 1910 ikke ualmindelige i amerikanske kontrakter; men efterhånden som salgsapparatet udbyggedes, blev de sjældnere og mere afdæmpede. F. eks. har General Motors nu alene en generel bestemmelse om, at forhandleren skal beskæftige repræsentanter i et tilstrækkeligt omfang.

Bestemmelser af lignende indhold som denne klausul i General Motor's amerikanske kontrakt forekommer ikke helt sjældent i de større vesteuropæiske staters kontrakter.

Spørgsmålet om underforhandlere og repræsentanter ses nu også med omvendt fortegn, idet problemet kan fremtræde som et spørgs-

mål om, hvorvidt forhandleren overhovedet har ret til at indgå sådanne særaftaler. Af adskillelige kontrakter fremgår det forudsætningsvis, at forhandlerne har en sådan ret – i de fleste danske kontrakter, således i forbindelse med distriktsbestemmelserne – men samtidig gøres overdragelse af enhver interesse i forbindelse med kontraktområdet betinget af selskabets godkendelse, hvilket også må antages at indbefatte underforhandling. Endvidere er fabrikantens adgang til indsigt og medbestemmelse vedrørende hele forhandlervirksomhedens gang ofte så vidtrækkende, at også repræsentanternes antal og arbejde i realiteten er underkastet fabrikantens godkendelse.

2. Kontrolbestemmelser

De hidtil i afsnit A og B omtalte regler om krav til forhandlerens effektive og tilfredsstillende arbejde suppleres i forhandlerkontrakterne af en række bestemmelser, der tager sigte på en yderligere sikring af såvel de enkelte punkters overholdelse som af forhandlerens hele efterlevelse af den generelle målsætning om effektivitet i det direkte salgsarbejde. Det drejer sig i første række om de kontraktbestemmelser, der giver fabrikanten adgang til at udøve en betydelig inspektions- og kontrolvirksomhed over for forhandlerne.

De vidtgående kontrolbeføjelser for fabrikanterne skriver sig – i USA – fra midten af tyverne. Før dette tidspunkt rummede adskillige kontrakter kontrolbestemmelser, men kun af begrænset og speciel karakter, hovedsageligt med sigte på overholdelse af de territoriale restriktioner og af detailpriserne. At fabrikanternes kontrolmuligheder dog i praksis spillede en vis rolle, ses bl. a. deraf, at flere skribenter og skildrere af automobilindustriens historie nævner netop den øgede kontrolmulighed over for et begrænset antal forhandlere som en – blandt mange – af årsagerne til udbredelsen af »the franchise agreement« (den »koncessionerede« kontrakt) i århundredets to første årtier.

Som nævnt skal man dog frem til tyverne, før kontrolvirksomheden for alvor begyndte at vinde udbredelse og at udstrække sig til et meget stort antal af forhandlervirksomhedens elementer. Det for automobilindustrien så karakteristiske ved denne vold-

somme udvikling af producenterne adgang til vidtstrakt kontrol med de efterfølgende handelsled understregedes allerede i 1928 med styrke af Ralph C. Epstein i »The Automobile Industry«. The Federal Trade Commission påpegede i årene før anden verdenskrig, hvorledes de store selskabers kontrol- og inspektionsvirksomhed antog et omfang, som næppe altid kunne siges at være velbegrundet og acceptabelt. I Motor Vehicle Report fra 1939 behandlede Kommissionen problemet på en måde, der lader det fremtræde som et karakteristisk eksempel på de modsat rettede virkninger, der kan opstå, hvor kontraktsbestemmelser, hvorefter fabrikanten søger at sikre sig størst mulig effektivitet hos sine forhandlere, formuleres for vidtgående og praktiseres for hårdt; rapporten anfører bl. a.: »Denne overmåde velorganiserede inspektions- og kontrolaktivitet over for forhandlerne skriver sig ganske naturligt fra den tid, hvor detailsælgeren i langt højere grad var fabrikantens agent end en selvstændig forretningsdrivende. Denne kontrolvirksomhed hænger sammen med den omstændighed, at oprettelsen af et betydeligt reparations- og serviceværksted m. m., som følge af den hastige udvikling inden for automobilindustrien, af fabrikanterne regnes for nødvendige led i en tilfredsstillende forhandlervirksomhed. En anden vigtig årsag er fabrikanternes vældige indbyrdes salgskonkurrence, som bl. a. medfører et ønske og behov hos fabrikanterne om at have ganske nøje føling med forhandlerens arbejde, især gennem de salgsrapporter, der med 10 dages mellemrum – eller andre intervaller – indsendes af forhandleren. Omfanget af den inspektion, der opretholdes af automobilindustriens fabrikanter over for forhandlerne er betydeligt større end i de fleste andre brancher.

Til trods for det standpunkt, der er indtaget af fabrikanterne – at disse krav til forhandlerne er nødvendige for at opnå en behørig repræsentation af deres produkter og er ment som en hjælp for forhandlerne – beretter mange forhandlere om tilfælde, hvor repræsentanter for producenterne har fået dem til – ofte mod deres vilje og på baggrund af en underforstået eller udtrykkeligt meddelt trussel om opsigelse – at foretage eller bibeholde investeringer, som senere har vist sig at være højst ufordelagtige«.^{*)}

^{*)} The Motor Vehicle Report, p. 112, 113 og 155.

Imidlertid synes Kommissionens bemærkninger om dette punkt ikke at have sat sig dybere spor i kontrakternes udformning, i hvert fald ikke for de tre store selskabers (Ford, General Motors, Chrysler) vedkommende. I løbet af 1950'erne kunne man dog i USA iagttage en mere tilbageholdende holdning til dette spørgsmål, således at forstå, at fabrikanten stadig havde vidtgående kontrolrettigheder, men disse rettigheder var ganske nøje opregnede; herudover handlede forhandleren ganske efter eget skøn, hvilket omhyggeligt understregedes i kontrakterne (f. eks. Fords kontrakt fra 1955, section 28). Denne tendens udsprang imidlertid af helt andre bevæggrunde, idet bestemmelserne herom fremtrådte som en uddybning af kontraktens fastlæggelse af forhandlerens retlige stilling som *ikke-agent* – et forhold, der klart må ses i sammenhæng med den også i Motor Vehicle Report påpegede forbindelse mellem kontrolbestemmelsernes oprindelse og det principal/agent-lignende forhold, der var forløberen for den senere fabrikant/forhandler-relation.

Alle amerikanske kontrakter rummer i dag vidtrækkende bestemmelser, af ofte næsten enslydende indhold, om kontrol og inspektion. Retten til inspektion omfatter som oftest forretningssted, værksted, reservedelslager, bogholderi og arkiv. Til inspektionens effektivitet, omfang og hurtighed bidrager undertiden bestemmelser om anvendelse af et bestemt bogholderisystem, opbevaring af relevant arkivmateriale i en vis periode o. a. Den videre kontrol omfatter især pligten til at indsende rapporter – som oftest månedligt – om salgsvirksomheden, servicearbejdet etc. til selskabet.

De europæiske kontrakter indeholder for nogles vedkommende ingen tilsvarende bestemmelser. Generalklausuler om loyalt samarbejde (som f. eks. i Mercedes' og DKW's svenske kontrakter) må dog næppe overses i denne sammenhæng. De amerikanske selskaber overfører i et vist omfang deres inspektions- og kontrolkrav til deres europæiske kontrakter; tilsyneladende interesserer General Motors sig mest for regnskaber og arkiver, hvor Ford lægger hovedvægten på inspektionen af forretning, lagre, værksted og på indgivelse af rapporter. Enkelte fabrikanter indskrænker sig til et krav om, at visse af selskabets funktionærer skal have uhindret adgang til forhandlerens virksomhed. Endvidere kan det

nævnes, at flere engelske kontrakter indeholder kontrolbestemmelser, der i omfang minder om de amerikanske. Peugeot i Østrig, der allerede er nævnt i forbindelse med visse agentlignende forhandlerrelationer, har også ganske vidtrækkende kontrolkrav.

I Danmark afstår 6–7 importører fra egentlige kontrolbestemmelser i kontrakten. De andre danske kontrakter afspejler på dette punkt nøje forholdene i det øvrige Vesteuropa.

Det vil være naturligt på dette sted at omtale, at bestemmelser af den omhandlede karakter ikke blot må ses som et direkte led i fabrikanternes bestræbelser på at »effektivisere« den enkelte forhandler, men også til en vis grad må anskues ud fra deres forpligtelse til at yde forhandleren assistance og vejledning på en række punkter, i begges interesse. En forudsætning for sådan vejledning vil ofte være den statistiske bearbejdelse af summen af de fra hver enkelt forhandler indhentede oplysninger; især bestemmelser om adgang til regnskaber, arkiver kan – alt efter omstændighederne – i nogen måde bæres af denne gensidige interesse.

Hewitt refererer*) således en fortrolig korrespondance dateret marts 1954 fra et amerikansk selskab, der bl. a. opregner følgende service- og vejledningsvirksomhed: Forsyning af salgsfremmende litteratur, rundskrivelser, meddelelser, brevkampagner etc. Rådgivningsvirksomhed vedrørende regnskab, bogholderi, budget og forretningsvirksomhed i øvrigt. Service med hensyn til bygninger (hvilket omfatter rådgivning vedrørende placering, hensigtsmæssighed, indretning og lignende spørgsmål).

Det er klart, at virksomhed af denne art kræver et betydeligt sammenlignende materiale for at kunne drives tilfredsstillende. Det må imidlertid nok antages, at adskillige kontrolbestemmelser i deres indhold går betydeligt ud over, hvad der er naturligt og nødvendigt for selskabernes vejledningsarbejde. Det fremgår således også, at forhandlerne ofte føler bestemmelserne urimelige og tyngende. Den i 1961 vedtagne resolution i Lissabon udtrykker (§ 4) det ønske, at kontrakten ikke bør indeholde nogen »bestemmelse, som giver fabrikanten/importøren ret til at gribe ind

*) Automobile franchise Agreements, 1956, p. 155.

i forhandlerens interne forretningsforhold eller i hans ledelse af forhandlervirksomheden bortset fra råd og hjælp med hensyn til salg af varer på bedste måde«. Paragraffen fortsætter: »Ledelsen af virksomheden bør ifølge kontrakten overlades helt og holdent til forhandleren, således at han frit kan lede sin virksomhed efter de retningslinier, han anser for mest formålstjenlige for opnåelse af et rimeligt økonomisk udbytte«. – På sin kongres i London i 1968 har IOMTR i sin rapport uændret gentaget disse krav. – En dansk mærkehandlerforening har betegnet kontraktsmæssige krav om anvendelse af bestemte bogholderisystemer og om fuldstændig meddelelsespligt vedrørende regnskab og kapitalforhold som »unødvendige og nærgående over for selvstændige forretningsvirksomheder«.*)

Det synes således, som om de her omhandlende bestemmelser rummer et betydeligt kontroversielt islæt, omend de vanskeligt lader sig vurdere uden at ganske indgående kendskab til det omfang, hvori de praktiseres.

3. Fastlagte kvoter, salgsmål

Ved salgsmål forstås her en fastlagt kvote af automobiler, som forhandleren skal søge at aftage. Dette punkt har betydning i to henseender. Dels kan fastsættelsen af visse ønskemål spille en ikke ubetydelig rolle i fabrikantens bestræbelser for at bringe forhandleren til at yde den absolut maksimale salgsindsats. Men dels kan sådan kvotefastsættelse også være en forudsætning for en række af de bestemmelser, der nærmest fremtræder som en manifestation af fabrikantens interesse i at opretholde forhandlerkæden som et »udjævningsled« i afsætningen og dermed en »stabilisator« for produktionens forløb – et spørgsmål, der nærmere behandles nedenfor i kapitel 3. Om de enkelte kvotebestemmelser bør placeres i den ene eller den anden af disse to nævnte sammenhænge, afhænger først og fremmest af den grad af gensidighed, der ligger til grund for deres tilblivelse. At fastsættelsen sker med relativt

*) Skrivelse af 30. januar 1963 fra Foreningen af General Motors Forhandlere i Danmark til General Motors International A/S, p. 10.

langvarige mellemrum, ligger for så vidt i sagens natur; men i samme omfang, der indgår en reel gensidighed i denne fastsættelse – således at også forhandleren har betydelig indflydelse på den nærmere fiksering af de enkelte kvoter – må det formentlig antages, at de »udjævnende« interesser fortrinsvis har været bærende. Er kontraktens kvotebestemmelser særligt bygget over et adjektiv af generel karakter som f. eks. »rimelig« eller »adækvat«, er der grund til at formode, at bestemmelsens hovedformål er at give fabrikanten et virksomt middel i hænde til at lægge pres på forhandleren og stille krav om øget salg og større effektivitet, snarere end at sikre basis for en langsigtet tilrettelæggelse af produktionen.

De tidligste amerikanske kontrakters bestemmelser var baseret på total gensidighed ved fastlæggelsen af salgsmål. Omkring 1908–1910 understregedes kvoteønskerne gennem to former for supplerende bestemmelser. For det første indførtes en særlig bonusklausul i en række kontrakter, hvorefter forhandleren kunne opnå en bestemt rabat, hvis han aftog det stipulerede antal vogne (f. eks. Haynes Automobile Co.'s kontrakt af 1909). For det andet indeholdt andre kontrakter bestemmelser om, at det af forhandleren indbetalte depositum – der fastsattes som en bestemt andel af vederlaget for den vedtagne kvote – i fuldt omfang tilfaldt fabrikanten, selv om kvoten i øvrigt ikke blev overholdt fra forhandlerens side (f. eks. Pullman Motor Car Co.'s kontrakt fra 1908). Det er for så vidt bemærkelsesværdigt, at flere af de tidligere kontrakter indeholdt bestemmelser af denne karakter, når det tages i betragtning, at fabrikanternes problemer i perioden var på produktionens område og langt fra var af distributions- eller afsætningsmæssig karakter. Formentlig har de betydelige risici, der var forbundet med planlægningen af den endnu ikke systematiserede produktion, foranlediget fabrikanterne til at søge afsætningens stabilitet og forudsigelighed sikret i det størst tænkelige omfang; og de pågældende kontraktsklausuler har således næppe tjent pressionsformål.

I Hudson Car Co.'s kontrakt af 1918 indførtes bestemmelser om det antal vogne, forhandleren årligt var forpligtet til at aftage, som et led i selve kontrakten. General Motors indførte i sin 1926-kontrakt et krav om, at forhandlerens kvote skulle fastlægges årligt ved gensidig aftale, dog således at selskabet til enhver tid

fik ret til at overføre automobiler til forhandleren i et sådant omfang, at forhandlerens lager udgjorde 15 % af den samlede årskvote.

I Motor Vehicle Report anførtes det, at en af de hyppigste klager fra forhandlerside var, at fabrikkerne tvang dem til at hjemtage flere nye vogne, end de med rimelig fortjeneste kunne sælge.*)

Efter anden verdenskrig er bestemmelserne om bestemt fikserede kvoter i det store og hele udgået af amerikanske kontrakter. Årsagerne hertil er det vanskeligt at gennemskue. Man kan dog – med Hewitt**) – fremhæve to synspunkter: For det første en velbegrundet frygt hos fabrikkerne for konsekvenserne af en bestemt formuleret aftagepligt. Hvis det kræves i kontrakten, at forhandlerne skal aftage et bestemt antal vogne, kunne domstolene muligvis tænkes at statuere en tilsvarende leveringspligt for fabrikkerne. Endvidere bemærker Hewitt følgende, der er af almindelig interesse for en almindelig bedømmelse af kontrakten og hele forholdet mellem parterne i øvrigt: »Fabrikkerne behøver på de fleste områder i og for sig ikke at pålægge deres forhandlere formelige kontraktsforpligtelser, idet økonomiske faktorer og kontraktens opsigelsesbestemmelser garanterer, at forhandleren vil forholde sig ganske, som fabrikanten ønsker«.

Det er vanskeligt at give noget sammenfattende billede af kontraktspraksis vedrørende salgsmål for de vesteuropæiske kontraktors vedkommende. Visse træk kan dog fremhæves. De amerikanske selskaber synes i deres europæiske kontrakter i et ret betydeligt omfang at indføje salgsmålsbestemmelser, omend ikke altid med krav om selskabets ensidige ret til at fastlægge størrelsen heraf (se f. eks. Fords tyske kontrakt). Adskillige selskaber lader spørgsmålet uomtalt i kontrakterne. Nogle selskaber (bl. a. i Sverige) opstiller bestemmelser om, at ifald forhandlerens salgsandel falder under selskabets samlede salgsandel i landet (f. eks. British Motor Co.'s svenske kontrakt) eller under 80 % heraf (FIAT's svenske kontrakt) indtræder visse virkninger (pligt til at rette sig efter selskabets salgsorganisatoriske anvisninger, eventuelt ophævelse af kontrakten uden varsel).

*) The Motor Vehicle Report, p. 173.

**) Automobile Franchise Agreements, 1956, p. 164 f.

I Danmark opererer Ford og General Motors (samt Nordisk Diesel) med ensidigt fastsatte salgsmål; f. eks. hedder det i Ford's kontrakt, § 14, at et salgsmål inden udgangen af hvert kalenderår vil blive etableret under hensyntagen til forhandlerens distrikt samt salget af selskabets produkter i andre dele af landet; det fremhæves, at salgsmålet skal være genstand for grundig diskussion mellem selskabet og forhandleren, men det fremgår i øvrigt af paragraffen, at fastsættelsen er ensidig. De øvrige danske kontrakter rummer ingen egentlige bestemmelser om salgsmål, hvorimod salgsoverslag fra forhandlerens side for perioder helt op til et år ikke sjældent fordres. Det kan tilføjes, at enkelte selskaber i deres bedømmelse af forhandlerens salgsindsats lægger vægt på de såkaldte indregistreringsprocenter – d.v.s. forholdet mellem de af forhandleren foretagne indregistreringer og samtlige i distriktet foretagne indregistreringer – der herved i realiteten får en ganske lignende funktion, som de egentlige salgsmål. En sådan fremgangsmåde er bl. a. omtalt af den af Monopoltilsynet under 13. juni 1964 truffene afgørelse i sagen mellem Ford Motor Co. A/S og Christian Bukkehave og Søn.

Forhandlerne har ved flere lejligheder udtalt sig negativt om salgsmålene, især hvor sådanne baseres på ensidig fastsættelse. Således anførte i 1961 Lissabon-resolutionens § 5, at »kontrakterne ikke bør indholde bestemmelser, som urimeligt binder forhandleren til at opretholde en omsætning af en bestemt størrelse, udtrykt i procenter i forhold til andre forhandleres omsætning eller i forhold til det samlede salg inden for et større eller mindre område«. Selv om dette punkt i resolutionen strengt taget efter sin ordlyd (»binder«) kun omfatter levering uden ordre, må det dog efter sin hele affattelse antages også at være møntet på salgsmålene, der i praksis ofte vil være den egentlige forudsætning for sådan levering uden ordre.

D. Konklusion

Det er nu berørt, hvorledes fabrikanterne/importørerne gennem forhandlerkontrakternes klausuler søger at sikre sig den størst

mulige effektivitet og aktivitet hos deres forhandlere. Der stilles krav om indretning og omfang af hele salgs- og reparationsvirksomheden (reklame, demonstration, udstilling, billager, reservedelslager, værktøj og service), om at forhandleren skal have en vis økonomisk styrke, og som oftest tillige om, at forhandleren kun må repræsentere den pågældende fabrikants vare. Endvidere søger fabrikanterne/importørerne at placere deres forhandlere på en sådan måde, at de udgør en geografisk set dækkende og adækvat kæde. Fabrikanterne/importørerne kan tillige udøve en vis pression over for forhandlerne gennem bestemmelser om overholdelse af de opstillede salgskvoter, og gennem de bestemmelser, hvorefter forhandlervirksomheden i dens mange led er underkastet en nøje kontrol.

To former for kontraktsbestemmelser – der tillige må ses som et led i dette mønster – er ikke nævnt. Det drejer sig for det første om de bestemmelser, der giver forhandleren en eneforhandlingsret. Hvor fabrikanten/importøren yder forhandleren en sådan ret, må det bl. a. ses som et udslag af bestræbelserne på at skabe de bedst mulige vilkår for fuld effektivitet hos den enkelte forhandler.

Endvidere giver visse af kontrakternes opsigelsesbestemmelser – nemlig sådanne klausuler, der åbner adgang til at opsige forhandleren på grundlag af vage betingelser, uvæsentlig misligholdelse eller ganske uden angivelse af en særlig grund – fabrikanterne/importørerne et særligt virksomt pressionsmiddel i hænde. På baggrund af sådanne opsigelsesbestemmelseres latente trussel vil forhandleren ofte kunne presses til at følge en række leverandørønsker om tilfredsstillende aktivitet.

Da såvel eneforhandlings- som opsigelsesbestemmelserne er af mere kompleks natur, vil de blive behandlet i særlige afsnit (kapitel 4 og 5).

KAPITEL 2 *Krav om begrænsning af leverandørens risiko i forholdet til forhandleren*

En betydelig del af automobilforhandlerkontrakternes bestemmelser tager sigte på at regulere spørgsmål mellem parterne på en række områder, hvor en mere udpræget interessekonflikt kan siges at bestå, end det er tilfældet på de i det foregående kapitel omtalte felter.

Løbende handelsforhold af et sådant omfang, som sædvanligvis etableres mellem automobilbranchens leverandører og forhandlere, vil oftest indebære en vis økonomisk risiko for parterne. Begge parter vil typisk være interesseret i at begrænse denne risiko mest muligt på medkontrahentens bekostning. Automobilforhandlerkontrakterne indeholder en række bestemmelser, der oftest må opfattes som klare manifestationer af leverandørernes interesse i at begrænse deres økonomiske risiko og belastning i forhold til forhandleren til et minimum.

Fremstillingen af disse regler falder i tre afsnit. Det første omfatter bestemmelserne om de problemer, der kan opstå i forbindelse med kontraktsforholdets ophør, det være sig ved opsigelse, forhandlerens død eller hans overdragelse af kontrakten. Den anden gruppe omfatter sådanne kontraktsklausuler, der er indføjet med henblik på konkrete og jævnlige tilbagevendende situationer i forholdet mellem forhandleren og hans leverandør (f. eks. fastsættelse af indkøbspris, afholdelse af transportudgifter, ansvar for leverede vogne etc.). Det tredje afsnit omhandler sådanne bestemmelser, som – på mere abstrakt vis – sikrer leverandøren en gunstig position i det løbende kontraktsforhold (f. eks. klausuler vedrørende kontraktens fortolkning, om mundtlige tillægsaftaler, værnetingsaftaler og bestemmelser om, at forhandleren retligt ikke skal anses for at være agent).

Forud for den nærmere beskrivelse af de enkelte klausuler må det dog understreges, at leverandørens interesse i at opnå den

snævreste tænkelige begrænsning af den ham påhvilende risiko (eller sagt på anden vis: i at opnå det videst mulige spillerum over for forhandleren og forhandlerens aktuelle og potentielle kunder) i visse henseender modificeres af leverandørens samtidige interesse i, at den samme forhandler besidder en over for kundekredsen tilfredsstillende forretningsmæssig styrke og effektivitet. At dette sidste synspunkt spiller en betydelig rolle for fabrikanten, er belyst i det foregående afsnit. Det må antages, at i kollisionen mellem disse to interesser sker der en vis afbøjning i leverandørens bestræbelser på – gennem kontrakten, og på bekostning af forhandleren – at begrænse sin risiko og økonomiske belastning. Klausuler, der på dette område er ekstremt ugunstige for forhandleren, kommer derfor allerede af denne grund næppe på tale ved kontraktens udformning. Fra denne sidste betragtning må imidlertid en væsentlig undtagelse gøres. Leverandørens interesse i forhandlerens styrke over for kundekredsen kan kun rette sig mod den forhandler, der fortsat virker inden for selskabets salgsapparat. Heraf følger, at leverandørens risikobegrænsende interesse fremtræder ganske unuanceret, hvor den manifesterer sig i bestemmelser, som regulerer forhold, der udspringer af kontraktens *ophør*. Netop på dette område spiller imidlertid samfundets interesse i de enkelte kontraktsforhold – interesser, der især fremtræder gennem retsgrundsætninger og almindelig lovgivning, baseret på gennemsnitsbetragtninger af økonomisk, etisk og social karakter – en rolle ved udformningen af klausulerne. Spørgsmål om en vis sikring ved forholdets ophør – af forhandleren selv eller hans enke – pådrager sig typisk offentlighedens søgelys. Hvorledes samfundsinteresserne nærmere spiller ind gennem mere eller mindre veldefinerede krav til det enkelte kontraktsforhold, vil blive nærmere belyst i et senere afsnit.*) Her skal undersøgelsen fortsat forme sig som en beskrivelse af kontraktspraksis med udgangspunkt i fabrikanten/importørens interessekompleks, der antagelig må betragtes som den egentlige hovedkilde for de enkelte kontraktsbestemmelers udformning, omend – som nævnt – andre forhold kan spille modificerende ind undervejs.

*) Jfr. p. 129 ff.

A. Bestemmelser vedrørende opgøret efter forholdets ophør

Det kontraktsforhold, der ved automobilforhandlerkontrakten er tilvejebragt mellem leverandøren og forhandleren, kan bringes til ophør på forskellig måde. Kontrakten kan ophøre ved *opsigelse* af en af parterne; ved forhandlerens *død* eller derved, at forhandleren kan *overdrage* forhandlingen til en anden.

1. Opsigelse

Hvor forhandlerkontrakten opsiges af leverandøren, er det af den største økonomiske betydning for parterne, hvorvidt forhandleren kan rejse krav på en vis godtgørelse eller anden form for skadeløsholdelse. Forhandleren vil som følge af opsigelsen typisk blive påført en betydelig risiko for, at hans investeringer og arbejde på en række områder vil være mere eller mindre værdiløse for ham. Det drejer sig om forhandlerens a) salgslokaler og service- og reparationsværksted, b) good-will og c) lager af nye automobiler, tilbehør og reservedele.

a. Salgslokaler og værksted

De betingelser, der må antages at være opfyldt for at en godtgørelsespligt – eller en tilsvarende forpligtelse – for leverandøren kan indtræde i henseende til forhandlerens salgs- og værkstedsfaciliteter, er følgende 1^o) leverandøren skal have opsagt, 2^o) i medfør af kontraktens bestemmelser om ubegrundet opsigelse; forhandlerens investeringer må 3^o) som følge af leverandørens udstrakte krav og bestemmelser herom, være 4^o) betydelige og 5^o) specificke.

Ad 1^o. Det må være naturligt som *hovedregel* at knytte forhandlerens eventuelle godtgørelseskrav til den ensidige opsigelse fra fabrikantens side. De synspunkter, der måtte være bærende for et sådant godtgørelses- eller afhjælpningskrav, falder i hovedsagen bort, hvor forhandleren selv beslutter sig for at bringe forholdet til ophør. En modifikation heri må dog gøres, hvor leverandøren – uden nogen formel opsigelse – udnytter eventuelle kontrakts-

bestemmelser om ikke-leveringspligt til at sætte forhandleren på en art »sultekost« og derigennem stiller ham over for valget mellem selv at opsiges eller at misligholde kontrakten ved at optage forbindelse med et andet selskab.

Man kunne muligvis hævde, at en manglende udsigt til godtgørelse eller anden afhjælpning, hvor forhandleren selv opsiger kontrakten, i nogen måde gør en sådan opsigelsesadgang for forhandleren illusorisk. Det synes imidlertid, som om forhandlerens interesse i at kunne bringe forholdet til ophør uden at påføre sig selv et betydeligt økonomisk tab derved, mere adækvat kan tilgodeses gennem bestemmelser, hvorefter forhandleren har adgang til at *overdrage* kontrakten.*)

Ad 2°. Hvor opsigelsen begrundes af forhandlerens misligholdelse af kontraktens enkelte punkter, er det ikke at vente, at der findes godtgørelsesbestemmelser.

Ad 3° og 4°. Som det vil være fremgået af det foregående afsnit, er betingelse 3° – hvorefter investeringerne skal være omfattet af leverandørens krav – opfyldt i et overvejende flertal af kontrakterne; det samme gælder betingelse 4°, idet leverandørens krav oftest er ganske betydelige.

Ad 5°. Om betingelse 5° – investeringernes *specifikke* karakter – er det vanskeligt at udtale sig uden nøjere teknisk indsigt og viden om den udstrækning og måde, hvorpå kontraktens bestemmelser praktiseres. Spørgsmålet er i korthed, om forhandlerens værktøj, bygninger, værktøj samt hans specialuddannede mekanikere, uden betydelig nyinvestering kan omstilles til salg, service og reparation af andre mærker end dem, hvortil de er indrettet, bygget, indkøbt og uddannet. Dette spørgsmål er i så mange henseender afhængigt af rent konkrete omstændigheder – såsom det mulige slægtsskab mellem de forskellige mærker, arten og konstruktionen af de hidtil forhandlede mærker, forhandlervirksomhedens indbyrdes fordeling mellem salg, service og reparation – at det er vanskeligt at besvare det i generelle vendinger. Man

*) Jfr. p. 54.

kan dog påpege, at hver enkel automobiltype repræsenterer et ganske betydeligt mål af kompliceret og specifik konstruktion; dette synspunkt deles af så at sige alle implicerede parter og iagttagere. Selv om der naturligvis eksisterer et vist slægtsskab mellem forskellige mærker, og selv om komplikationen af de enkelte mærkers konstruktion i enkelte henseender er begrænset, må man formentlig generelt sige, at de ovennævnte momenter peger i retning af, at en omstilling af forhandlerens apparat kun kan ske med den største vanskelighed og bekostning. Hvad angår fordelingen inden for den enkelte virksomhed mellem investering i henholdsvis salgs-, service- og reparationsobjekter, fremgår det klart af flertallet af kontrakterne – og herunder alle de større selskabers forhandlerkontrakter – at service- og reparationsvirksomhed kræves udført i betydeligt omfang. Det må antages, at det udstyr, der fordres til netop disse sider af forhandlervirksomheden, langt vanskeligere end de egentlige salgsmidler lader sig udnytte i andre automobilmærkers tjeneste. Det synes således, som om også betingelse 5^o i betydelig udstrækning er opfyldt i et flertal af kontrakterne.

Det er derfor påkrævet at foretage en nærmere undersøgelse af spørgsmålet om forekomsten af kontraktsmæssig regulering af eventuel godtgørelse eller anden afhjælpning ved opsigelse under de opridsede forhold.

De amerikanske forhandlerkontrakter rummer alle en forpligtelse for fabrikanten til, i tilfælde af opsigelse, at genkøbe værktøj af speciel og anbefalet art samt skilte m. v. til en pris, der nærmere fastsættes af parterne, eller eventuelt af en opmand. Desuden er fabrikanten i tilfælde af ikke særligt begrundet opsigelse af forholdet forpligtet til at finde en køber eller lejer af bygninger m. v. inden for et rimeligt tidsrum; lykkes det ikke, må selskabet selv købe eller leje bygningerne med tilbehør, idet prisen eller lejen samt de øvrige vilkår skal være rimelige – »fair and reasonable«. Prisen eller lejen fastsættes i givet fald ved voldgift. Et enkelt amerikansk selskab (American Motor Co.) udstrækker dog kun sine forpligtelser i henseende til forhandlerens bygninger m. v. til at yde en godtgørelse, svarende til \$ 1 pr. aftaget bil i det forløbne år, dog højst 75 % af den faktiske leje eller ejendomsudgifterne.

I Vesteuropa – og Danmark – er forhandlernes muligheder for at rejse godtgørelseskrav derimod overordentlig sparsomme. Adskillige leverandører berører overhovedet ikke spørgsmålet i deres kontrakter. Enkelte fabrikanter/importører fraskriver sig udtrykkeligt i kontrakten ethvert erstatningsansvar i visse andre opsigelsessituationer end den ubegrundede opsigelse – f. eks. i tilfælde af almindelig misligholdelse, eller ophør af importørens forretningsforbindelse med fabrikanten – men lader herudover spørgsmålet uomtalt; at de pågældende kontrakter dermed kan danne grundlag for modsætningsslutninger til godtgørelse i de ikke særligt nævnte situationer, kan dog næppe antages. Enkelte af de amerikanske selskabers europæiske kontrakter giver forhandleren et krav på, at værktøj af speciel art og skilte m. v. vil blive genkøbt i tilfælde af opsigelse; endvidere indeholder visse af disse sidstnævnte kontrakter en generel passus om selskabets pligt til at bistå med udlejning eller afhændelse af forhandlerens forretningsbygninger.

Der hersker således på dette område en betydelig uoverensstemmelse mellem de amerikanske og de vesteuropæiske kontrakter; de amerikanske er – som på en række andre punkter i øvrigt – væsentligt avancerede i forhold til de vesteuropæiske forhandleraftaler. Der hersker i flertallet af de vesteuropæiske – og i så at sige alle danske – kontrakter en betydelig og bemærkelsesværdig mangel på balance mellem på den ene side de udstrakte krav til forhandlerens kapitalforudsætninger og investeringer og på den anden side fraværet af bestemmelser om godtgørelse eller anden sikkerhed for de således foretagne investeringer.

b. Good-will

Den good-will, der består omkring en bestemt handlervirksomhed i det øjeblik, hvor kontrakten opsiges, kan opdeles i tre karakteristiske former, bestemt efter henholdsvis det forårsagende element og det objekt, imod hvilket den pågældende good-will retter sig:

1°. Den good-will, der retter sig mod forhandlerens person, uanset det produkt, han forhandler.

2°. Den good-will, der omgærder selve produktet, uanset forhandlerens indsats.

3°. Den good-will, der retter sig mod produktet, men som er oparbejdet af forhandleren og hans folk.

Ad 1°. I relation til godtgørelsesbetingelserne og -området, omtalt i det foregående afsnit, ses det, at den under 1° nævnte good-will formentlig kan sidestilles med bygninger og maskiner. Man kunne for så vidt antage, at godtgørelseskrav for sådan good-will med rimelighed kunne forventes, hvor de i det foregående afsnit opregnede betingelser i øvrigt måtte være opfyldte. Imidlertid er det blevet fremhævet, at værktøj, serviceindretninger og salgsfaciliteter i et vist omfang – og stigende i den nævnte rækkefølge – lader sig omstille til forhandling af og arbejde med andre bilmærker. I denne række kan man formentlig indføre den under 1° nævnte good-will efter salgsfaciliteter, således at der for sådan good-wills vedkommende er tale om nærmest fuld overførlighed til eventuelle nye mærker. Om godtgørelse i dette tilfælde kan der følgelig næppe være tale, måske dog med undtagelse af den – formentlige ikke så sjældent forekommende – situation, hvor en forhandler på grund af konkrete omstændigheder (f. eks. forhandlerens alder, hans uddannelse og – især – de almindelige markedsforhold) ganske udelukkes fra fortsat virksomhed som forhandler i automobilbranchen.

Ad 2°. En lignende konklusion må drages for den good-will, der omgærder selve produktet uanset forhandlerens personlige indsats, eller i hvert fald hvor denne indsats er minimal. De synspunkter – især berigelsesbetragtninger – der kan være bærende for kravet om godtgørelse for forhandlerens tabte og til selskabet overførte good-will, som træder frem under 3°, har ikke gyldighed i denne situation. Her er tale om en good-will, der fra leverandørens side tilføres forhandlervirksomheden ved forholdets oprettelse, er virksom i det fortløbende salgsarbejde, for derefter at falde tilbage til fabrikanten ved forholdets ophør – med mulighed for fra ham atter at tilføres den eventuelle nye forhandler på stedet. At sådan good-will er et overordentligt betydningsfuldt integrerende led i

forhandlervirksomheden, er for så vidt indlysende – det er i virkeligheden et spørgsmål om, hvorvidt forhandleren arbejder med et gangbart og populært mærke eller med mindre kendte og estimerede typer – men denne good-wills fortabelse kan ifølge sagens natur næppe begrunde godtgørelse.

Ad 3°. Tilbage blive således kun spørgsmålet, om godtgørelse for den af forhandleren oparbejdede og mod selve produktet rettede good-will kan kræves af leverandøren ved forholdets ophør. Det må antages, at en nødvendig betingelse er leverandørens udstrakte krav til forhandlervirksomhedens salgs- og servicesider – en betingelse, der imidlertid, som tidligere belyst, så at sige altid er opfyldt. Det følger endvidere, at hvor opsigelsen med rette begrundes af forhandlerens væsentlige misligholdelse af kontraktens krav på disse punkter, vil der heri ligge en formodning for, at den af forhandleren oparbejdede good-will for selskabets produkter er af mindre udstrækning.

Det kan påpeges, at adskillige leverandører i et vist omfang beskytter sig mod forringelse af den her omtale form for good-will, i forbindelse med forholdets ophør, gennem kontraktsbestemmelser, ifølge hvilke det er forhandleren forbudt at anvende firmaets navn og forretningsmærke efter opsigelsen. Herved tilstræber fabrikan-ten formentlig en sikring af den pågældende good-will i dens største udstrækning, idet den på denne måde overtages i den skikkelse, den har, før den loyale forbindelse mellem parterne svækkes.

Imidlertid ses ingen af de gennemgående kontrakter – hverken amerikanske, vesteuropæiske eller danske – at indeholde nogen form for bestemmelse om forhandlerens godtgørelse for good-will. General Motors opstiller ganske vist i sin amerikanske kontrakt blandt den række af momenter, der skal have indflydelse på vurderingen af forhandlerens bygninger og værksted m. m. i forbindelse med selskabets eventuelle tilbagekøb, varigheden af den periode, i hvilken den pågældende ejendom har tjent til salg og reparation af firmaets produkter; dette kan muligvis ses som et tilløb til at inddrage good-will-betragtninger, men om nogen egentlig godtgørelse er der langt fra tale.

Automobilforhandlerkontrakternes tavshed om godtgørelse for

good-will uddyber for så vidt den uoverensstemmelse, der består mellem kontrakternes oftest meget vidtrækkende krav til forhandlerens salgsindsats og investeringer, og hans udsigt til at opnå en vis skadesløsholdelse for de uoverførlige – og dermed for ham værdiløse – frugter af dette arbejde. Formentlig vil forhandleren dog næppe altid være afskåret fra at få tilkendt en vis good-will-godtgørelse på grundlag af berigelsesbetragtninger. En dansk afgørelse fra 1960^{*)} støtter dette synspunkt. Her havde et schweizisk firma, der fremstillede dentalguld, givet en dansk grosserer eneforhandlingsret for selskabets produkter i Danmark. Det blev lagt til grund, at selskabets opsigelse af forhandleren måtte anses for uberettiget, og at forhandleren havde ret til erstatning herfor. Retten fastsatte erstatningen skønsmæssigt, men tilføjede: »– hvorved bemærkes, at retten har taget i betragtning, at sagsøgte (forhandleren) ved sagsøgerens (selskabets) adfærd har lidt kundetab, som må formodes at være kommet sagsøgeren og dennes nye forhandler til gode.«^{**)} Det bemærkes, at den pågældende forhandler havde introduceret leverandørens produkter i Danmark og gennem 4–5 år oparbejdet et betydeligt salg i sit område, hvilket naturligvis lader good-will-betragtninger fremtræde med særlig styrke i dette tilfælde; men lignende overvejelser i den typiske forhandler/leverandørsituation i automobilbranchen kan dog næppe betragtes som udelukkede.

c. Lager

Forhandlerens investeringer i lager af nye biler, tilbehør og reservedele vil sædvanligvis være af et ret betydeligt omfang. Om egentlige godtgørelseskrav kan der ikke være tale her; forhandleren må søge sig holdt skadesløs gennem bestemmelser, der forpligter leverandøren til ved opsigelse at genkøbe lageret til visse nærmere fastsatte priser. Leverandøren vil ofte have en betydelig interesse i at have en ret – men ikke en pligt – til at hjemtage hele forhand-

^{*)} Sø- og Handelstidende, 1960, p. 12.

^{**)} Op. cit. p. 22.

Anderledes Lando – Agenten og eneforhandleren i vesteuropæisk ret, 1965, p. 47 – der ikke mener, at det af dommen fremgår, at erstatningens retsgrund ud over leverandørens misligholdelse også omfatter forhandlerens tabte kundekreds.

lerens lager, eller dele heraf, i tilfælde af opsigelse. Dette synspunkt hænger nøje sammen med den senere omtalte interesse hos leverandørerne i at opretholde forhandlerkæden som en art »udjævningsled« i afsætningen.*) Genkøbsbestemmelserne – såvel som leverandørens ret som om hans pligt til genkøb – behandles i det følgende under ét.

Bestemmelser om en ret for fabrikanten til at tilbagekøbe forhandlerens lager til en nærmere fastsat pris (indkøbspris, nettokostpris, vurderingspris) blev først indføjet i de amerikanske automobilforhandlerkontrakter på et relativt sent tidspunkt; Oakland Motor Car Co.'s 1908-kontrakt indeholdt således intet herom. I løbet af 1920'erne blev bestemmelser om en sådan ret imidlertid ganske almindelige; General Motors indføjede i 1926 en klausul, hvorefter selskabet ved ophør havde ret til at genkøbe nye gangbare modeller og reservedele, som forhandleren måtte have på lager til dennes indkøbspris. En lignende regel havde Ford i sin 1929-kontrakt.

I 1937 indførte General Motors imidlertid en passus, hvorefter selskabet tillige *forpligtede* sig til at foretage tilbagekøb af nye og ubrugte vogne til forhandlerens nettokostpris (hans indkøbspris med tillæg af transport, skat, opbevaring etc.). I de kommende år indførte også de øvrige amerikanske selskaber sådanne bestemmelser, der konstituerede såvel en ret som en pligt for leverandørerne til i en vis udstrækning at genkøbe de leverede varer. Denne udvikling har beskrevet et kontinuerligt forløb, også i de sidste to årtier, og alle de amerikanske kontrakter har nu klausuler af ganske ensartet indhold, hvorefter de »nye, gangbare modeller« er genstand for såvel en ret som en pligt til genkøb til nettokostpriser. Lignende regler gælder for reservedele, blot er området på dette punkt i reglen udvidet til også at gælde dele, hørende til f.eks. de seneste to-tre modeller, eller sådanne modeller, som endnu er i almindeligt brug.

Kun enkelte vesteuropæiske – og danske – kontrakter har bestemmelser af et til de amerikanske kontrakter svarende indhold. De kontrakter, der både rummer tilbagekøbsret og -pligt, angiver i reglen området herfor til alle nye og uindregistrerede vogne

*) Jfr. p. 68 ff.

(f. eks. Scania Diesel i Danmark og General Motors i Sverige) eller til sådanne vogne, der er leveret forhandleren inden for de seneste 6 måneder forud for forholdets ophør (f. eks. General Motors i Danmark); prisen er fastlagt enten som forhandlerens indkøbspris eller hans nettopris. Ford har i sine danske og schweiziske kontrakter påtaget sig en pligt til at genkøbe de seneste 6 måneders levering, hvor selskabet selv har forårsaget opsigelsen i medfør af de almindelige bestemmelser herom.

Hovedparten af de vesteuropæiske kontrakter giver imidlertid fabrikanten/importøren genkøbsret, men ingen tilsvarende pligt. I disse tilfælde er der sjældent foretaget nogen begrænsning af de produkter, der er genstand for genkøbsretten. Genkøbsprisen er som hovedregel forhandlerens indkøbspris, undertiden dog nettokostprisen; i et enkelt tilfælde er genkøbsprisens størrelse overladt til leverandørens eget skøn, medens et par kontrakter indfører uvildig vurdering som det grundlag, på hvilket genkøbet foretages.

De vesteuropæiske kontrakters regler om reservedele og tilbehør er oftest af samme indhold som klausulerne om automobiler. *Hvor* der eksisterer en genkøbspligt, omfatter den dog som regel tilbehør og reservedele, der er leveret inden for en længere periode før kontraktens opsigelse, end tilfældet er for bilerne.

Adskillige europæiske kontrakter berører overhovedet ikke genkøbsproblemet. Sammenlægger man denne gruppe med den, der omfatter de kontrakter, som kun åbner en genkøbsret for leverandøren, vil man se, at i omkring $\frac{4}{5}$ af de europæiske kontraktsforhold kan forhandlerne – uanset ophørsgrunden – ikke *kræve* nogen form for genkøb. At denne tilstand af forhandlerne opfattes som utilfredsstillende, fremgår bl. a. af Lissabon-resolutionen, hvori det (§ 3) anføres, at fabrikanten, hvor opsigelsen skyldes ham, i almindelighed bør være forpligtet til at tilbagekøbe lageret af nye motorkøretøjer og reservedele til en pris, der kan godkendes af begge parter.

2. Forhandlerens død

Hvor kontraktsforholdet ophører som følge af forhandlerens død, opstår en række problemer, til dels af samme art som ved opsigelse.

Leverandørens forpligtelser til at yde godtgørelse eller anden form for skadesløsholdelse (f. eks. hjælp og assistance ved salg og udlejning, eller genkøb) for salgs-, service- og reparationsfaciliteter, automobil- og reservedelslager og forhandlerens good-will, er ved forhandlerens død i alt væsentligt af samme omfang, som hvor der foreligger en opsigelse fra leverandøren. En gennemgang heraf knytter sig således ganske nøje til den i det foregående afsnit foretagne beskrivelse, hvortil der henvises.

Fabrikantens forpligtelser, hvor sådanne overhovedet findes, til godtgørelse, hjælp eller tilbagekøb er dog ofte mere adækvate og rimelige, hvor forhandlerens bo og arvinger er de interesserede parter, end hvor forhandleren selv midt i udøvelsen af sin virksomhed må se forholdet bragt til ophør gennem leverandørens opsigelse eller ikke-fornyelse af kontrakten. Ved forhandlerens død påkalder imidlertid yderligere et par spørgsmål sig særlig interesse. Det drejer sig om a) sikring af enke og livsarvinger, og b) bestemmelser, hvorefter der gives boet adgang til at foretage en ordnet afvikling af hele forhandlervirksomheden.

a. Sikring af pårørende

Bestemmelser om sikring af forhandlerens nærmeste pårørende (enke og livsarvinger) synes først at være fremkommet i større udstrækning i de amerikanske kontrakter efter krigen. General Motors og Ford (men ingen af »The Independents«, d.v.s. de selskaber, der ikke hørte til »de tre store«, General Motors, Ford og Chrysler) indsatte således bestemmelser om, at »kvalificerede arvinger« med selskabets godkendelse og under visse nærmere betingelser kunne indtræde i kontrakten.

General Motors indførte ved sin reviderede forhandleroverenskomst i slutningen af 1950'erne den regel, at en forhandler kunne bestemme, at hans enke var berettiget til i en periode på 5 år efter hans død at bevare en økonomisk interesse i virksomheden på mindst 25 % under forudsætning af, at hun entrettede med en kvalificeret forretningsfører, der overtog en kapitalpart af lignende størrelse. General Motors tilbød endvidere sine forhandlere mulighed for at tegne betydelige livsforsikringspolicer for deres familie på særligt gunstige økonomiske vilkår. Selskabets nuværende kontrakt lader spørgsmålet om enkens bevarelse af en

økonomisk interesse i virksomheden uomtalt, idet en regulering af problemet sker på den måde, at der ud over den egentlige kontrakt er oprettet et »Widow's Financial Participation Addendum«, som løser spørgsmålet efter retningslinier, der ligger nær op ad de førnævnte. De øvrige amerikanske selskaber har ordninger vedrørende enkers forhold, der, trods ydre afvigelser, i store træk svarer til indholdet af General Motors' bestemmelser – enken kan under visse betingelser bevare en økonomisk interesse, men kan som hovedregel ikke opnå nogen indflydelse på virksomhedens ledelse og drift.

I Vesteuropa synes aftaler om arvingernes forhold at forekomme overordentlig sjældent. Ej heller de store amerikanske selskaber har – bortset fra Ford i Schweiz – reguleret spørgsmålet.

I Danmark er bestemmelser som enkens og arvingernes forhold heller ikke udbredte. General Motors har dog overført sin amerikanske regulering af spørgsmålet; bemærkelsesværdigt vidt går endvidere Ford (og Nordisk Diesel), idet det bestemmes, at enken og/eller livsarvingerne kan indtræde i afdødes samtlige rettigheder, med mindre selskabet kan rejse berettiget indvending herimod. Yderligere én dansk importør åbner mulighed for arvingernes fortsættelse af forholdet, betinget af importørens godkendelse. Herudover findes som nævnt ingen bestemmelser om sikring af enkens og arvingernes forhold. Enkelte kontrakter indtager endda det standpunkt, at forhandlerens død berettiger selskabet til at opsige forholdet uden varsel.

Der er på dette område tilsyneladende tale om en betydelig lakune i de europæiske kontrakter, hvilket ofte er påpeget. Såvel Lissabon-resolutionen fra 1961 som rapporten fra IOMTR's kongres i London i 1968 udtrykker klart det ønske, at forhandlerens hustru eller efterladte får ret til at fortsætte virksomheden på de kontraktsvilkår, der hidtil har været i kraft, »under forudsætning af, at ingen rimelige og velbegrundede væsentlige indvendinger kan rettes mod den pågældende person(er) med hensyn til retskaffenhed, hæderlighed, loyalitet og faglige kvalifikationer«.

b. Boets afvikling

Hvor kontraktsforholdet ophører som følge af forhandlerens død, er det af den største betydning, at der gives dødsboet en *rimelig tid* til at sælge virksomheden, hvis der ikke er åbnet arvingerne mulighed for – eller de ikke måtte ønske – at overtage virksomheden.

I USA har General Motors, Ford og Chrysler etableret en ordning, hvorefter forhandleren i et tillæg til kontrakten kan nominere en person, til hvem selskabet ved forhandlerens død – eller uarbejdsdygtighed – skal tilbyde en midlertidig kontrakt for henholdsvis 24 og 12 måneder, hvis visse nærmere betingelser af kvalifikationsmæssig karakter er opfyldt.

I Vesteuropa – og Danmark – er bestemmelser, hvorefter der gives boet en rimelig tid til afvikling af forhandlervirksomheden, sjældne. De amerikanske selskaber har dog i visse af deres europæiske kontrakter overført ordninger af lignende indhold, som de tilbyder deres amerikanske forhandlere. Som tidligere omtalt indtager enkelte europæiske kontrakter det standpunkt, at forhandlerens død berettiger fabrikanten/importøren til at opsige forholdet uden varsel. I Danmark har enkelte importører taget spørgsmålet op til regulering, gennem fastsættelse af frister (fra tre til seks måneder) inden for hvilke importøren og boet i fællesskab skal søge at etablere en ny ledelse af virksomheden.

De omtalte resolutioner fra Lissabon og London understreger forhandlernes klare ønske i dette spørgsmål, idet det siges, at »hvis den (de) pågældende ikke ønsker at overtage virksomheden, bør der gives dødsboet en rimelig tid til at sælge virksomheden«, (§ 2).

3. Opsigelse

Hvor forhandleren måtte ønske at bringe kontrakten til ophør – typisk på grund af helbred eller alder – vil hans interesse i at opnå et passende vederlag for sine investeringer og sin good-will sædvanligvis kunne tilgodeses til fulde, hvis han er i stand til at overdrage forhandlerkontraktens salgsrettigheder til en tredie-mand, der samtidigt overtager salgslokaler, service- og reparationsværksted, værktøj, lager og good-will. Spørgsmålet er nu, i hvilket

omfang automobilforhandlerkontrakterne åbner adgang for forhandleren til at overdrage kontrakten.*)

For forhandleren er denne adgang, som nævnt, af den største betydning. I Lissabon-resolutionen og London-rapporten ytrer det sig således som et krav om at kunne overdrage forhandling og good-will til enhver person, mod hvis retskaffenhed, hæderlighed, loyalitet og faglige kvalifikationer, fabrikanten ikke kan rette rimelige og begrundede væsentlige indvendinger.

Automobilforhandlerkontrakternes bestemmelser om overdragelse udgør et ganske ensartet mønster, uden sammenhæng med fabrikanternes og forhandlerens nationalitet. Af samtlige gennemgaaede amerikanske og europæiske kontrakter bestemmer flertallet (omkring $\frac{3}{5}$), at kontrakten er overdragelig under forudsætning af selskabets udtrykkelige, forudgående godkendelse. Den resterende del anfører enten direkte, at kontrakten er uoverdragelig, eller angiver forhandlerens overdragelse eller forsøg herpå som begrundende uvarslet opsigelse. Ganske enkelte af kontrakterne lader spørgsmålet uomtalt. De kontrakter, der angives at være overdragelige under forudsætning af fabrikantens/importørens udtrykkelige godkendelse, må formentlig forstås, således at kun saglig motiveret nægtelse af godkendelse er berettiget. Herved adskiller disse kontrakter sig klart fra den gruppe af kontrakter, der angives at være uoverdragelige.

At trænge dybere ind i beskrivelsen af dette problem forudsætter imidlertid et nøjere kendskab til selskabets praksis, idet det må erkendes, at den leverandør, der angiver sin forhandlerkontrakt som uoverdragelig, naturligvis meget vel kan stille sig væsentligt mere forstående og smidigt over for spørgsmålet om forhandlerens overdragelse af sin salgsret, end det selskab, der udnytter en godkendelsesklausul på strengeste vis.

*) Det må dog fremhæves, at leverandørens forpligtelser i tilfælde af forhandlerens død undertiden tillige er gældende ved visse former for ophør inter vivos, i den udstrækning kontraktsklausulerne herom er anvendelige. Dette gælder f. eks. ofte reglerne om nære pårørendes adgang til at videreføre virksomheden. Endvidere sidestiller de store amerikanske selskaber afviklingsreglerne ved forhandlerens død med den situation, at forhandleren bliver uarbejdsdygtig.

B. Konkrete bestemmelser

1. Prisændringer

Så at sige alle leverandører forbeholder sig ret til at fastsætte en enhedspris for hver model, uanset den enkelte forhandlers placering og særlige forudsætninger. Forhandlerens indkøbspris, er også ofte bestemt fra leverandørens side, på mere eller mindre direkte vis. Som følge af denne – almindelige – ordning kan to problemer opstå.

Hvor fabrikanten nedsætter udsalgsprisen, udsætter han dermed forhandlerens beholdning af hjemtagne, men endnu usolgte modeller af det pågældende mærke for en værdiforringelse. En sådan værdiforringelse kan for forhandleren være mere eller mindre påregnelig. Således vil den omstændighed, at en ny model af et eksisterende mærke årligt udsendes på markedet, hvorved lageret af den gamle model bliver væsentlig mindre kurant, vel nok med rimelighed antages at kunne indgå i forhandlerens forhåndsdispositioner i et vist omfang. Hvor tidspunktet for den nye models fremkomst er uvist, eller hvor en prisnedsættelse er fremkaldt af andre faktorer – af f. eks. ren konkurrencemæssig art – kan der blive tale om at yde forhandleren en vis godtgørelse for det tab, han påføres gennem fabrikantens prisdispositioner. Forhandlerkontrakternes indhold på dette punkt beskrives nærmere nedenfor (a).

Et andet problem kan opstå, hvor leverandøren hæver forhandlerens indkøbspris. En sådan forhøjelse vil formentlig fremtræde som resultat af leverandørens rentabilitetsbetragtninger. I dette tilfælde skal det undersøges og beskrives, i hvilket omfang forhandleren er berettiget til at annullere afgivne, men ikke effektuerede ordrer (b).

a. Salgspriser

Bestemmelser om godtgørelse i tilfælde af nedsatte udsalgspriser fremtrådte spredt i amerikanske forhandlerkontrakter fra o. 1930. I perioden mellem anden verdenskrig og midten af 1950'erne blev sådanne bestemmelser ganske almindelige, omend retningslinierne for den pågældende godtgørelses omfang og størrelse fremtrådte

med nogen variation. I dag har alle amerikanske kontrakter bestemmelser af ensartet indhold om spørgsmålet. Ved almindelige prisnedsættelser yder selskabet fuld godtgørelse (d.v.s. pris-differencen multipliceret med det antal ubrugte eksemplarer af den pågældende model, der henstår på forhandlerens lager) til forhandleren efter hans herom indgivne ansøgning. Hvor det drejer sig om et modelskift – og der ikke er tale om ganske ubetydelige ændringer af mærket – har forhandleren krav på en godtgørelse svarende til 5 % af de henstående bilers værdi, beregnet efter listeprisen; American Motor Car Co. godtgør i dette tilfælde dog kun 4 % af listeprisen.

I Vesteuropa synes kontraktspraksis omkring forhandlerens ret til godtgørelse i disse tilfælde at være overordentlig svingende. I Østrig og Schweiz er bestemmelser herom overhovedet sjældne. British Motor Corp. har hverken i sin engelske eller sin svenske kontrakt bestemmelser herom. De leverandører, der yder godtgørelse, indskrænker det (på få undtagelser nær, bl. a. General Motors i Sverige) til at omfatte biler aftaget inden for de seneste 6 måneder eller 30–60 dage. Den norske forhandlerkontrakt fastlægger som en hovedregel, at forhandleren både i henseende til godtgørelse på grund af ændrede salgspriser og til annulation af ikke effektuerede ordrer i tilfælde af forhøjelse af indkøbsprisen*) erhverver samme ret i forhold til importøren, som denne opnår over for den pågældende fabrikant.

I Danmark rummer ca. halvdelen af de undersøgte kontrakter bestemmelser om godtgørelse for prisnedsættelse – ved en undersøgelse foretaget i 1958 var antallet af sådanne *baisse-klausuler* noget lavere end i dag. Alle importører begrænser godtgørelsen til kun at omfatte nye, usolgte biler, aftaget inden for en vis periode før prisnedsættelsen; de amerikanske selskaber og Nordisk Diesel fastsætter denne til 12 måneder, en enkelt importør til 6 måneder og atter andre til 2 måneder. De øvrige danske importører har ingen bestemmelser overhovedet om godtgørelsesspørgsmålet, idet det bemærkes, at flertallet af disse importører alligevel forbeholder sig ret til at fastsætte og ændre udsalgspriserne.

Det er således vanskeligt at pege på nogen generel linie i

*) Jfr. herom i det følgende afsnit, b, p. 57.

kontrakternes løsning af dette spørgsmål. Forhandlerorganisationerne har understreget, at kontrakterne »i almindelighed bør indeholde en klausul, hvorved forhandleren er garanteret imod prisnedsættelse for de varer, som han har på lager« (den i 1961 vedtagne Lissabon-resolution's § 8). Om der hermed sigtes til en almindelig gennemførelse af bestemmelser om fuld godtgørelse, eller om man ønsker de næsten overalt optagne bestemmelser om fabrikantens ret til at ændre priserne, afskaffet, er for så vidt ikke klart; men det må vel antages, at den første udlægning er sandsynlig og i øvrigt har objektivt rimelige grunde for sig.

b. Indkøbspriser

Ved prisforhøjelser, der – direkte eller indirekte – influerer på forhandlerens egen indkøbspris, giver de fleste kontrakter, såvel amerikanske som europæiske, forhandleren mulighed for at annullere afgivne, men ikke endeligt effektuerede, ordrer inden en vis frist efter prisændringen. Fristen er som hovedregel fastlagt mellem 7 og 10 dage. Enkelte selskaber og importører, hovedsageligt hjemmehørende i Østrig og Schweiz, giver ikke deres forhandlere en sådan ret til at annullere; det må dog i denne forbindelse bemærkes, at kun omkring 50 % af disse selskaber forbeholder sig generel ret til at foretage prisændringer.

2. Transportudgifter

Nogle få bemærkninger skal gøres om leverandørernes forholdsregler i relation til udgifterne ved transport fra leverandør til forhandler. Dette spørgsmål tildrog sig betydelig interesse i tiåret forud for anden verdenskrig, især i USA, idet kontrakternes bestemmelser tillod en bemærkelsesværdig praksis at udvikle sig. Adskillige fabrikanter pålagde forhandleren en fast afgift, der i princippet svarede til udgiften ved forsendelse af bilerne med jernbane fra fabrikken til forhandlerens modtagelsessted; ikke sjældent oversteg afgiften dog sit beregningsgrundlag betydeligt. Hertil kom, at automobilfabrikanterne i vidt omfang anlagde samlefabrikker nær de centrale afskibningssteder; men også hvor forhandleren således modtog sine varer fra en nærliggende samle-

fabrik, skulle han i adskillige tilfælde yde den fulde transport-afgift til fabrikanten. The Federal Trade Commission tog i slutningen af 1930'erne stærkt til orde mod ordninger af denne karakter; og i perioden efter anden verdenskrig optrådte de stedse mere sjældent.

I dag er hovedordningen i USA den, at fabrikanten tager alle skridt til forsendelsen af automobilerne helt til sælgerens modtagelsessted; men kontrakterne pålægger forhandleren at bære alle de – reelle – udgifter herved.

I Vesteuropa – og Danmark – fastlægger henved halvdelen af leverandørerne ordninger, der er af samme art som den amerikanske; kontraktens bestemmelser herom kan dog i formen variere fra den detaljerede beskrivelse af forsendelsens arrangement, betaling og risiko og til den blotte passus, at »forsendelsen sker for køberens regning«.

De øvrige kontrakter fastlægger, at leveringen sker af leverandørens forretningssted eller et af ham valgt leveringssted, (f. eks. en grænsestation eller en samlefabrik).

Det synes således, som om transportudgifter så at sige altid pålægges forhandlerne, medens selve forsendelsens arrangement snart påhviler leverandøren, snart forhandleren. At forhandlerne selv i vidt omfang skal bære transportomkostningerne, skaber – med de for alle forhandlere ens fastsatte udsalgspriser in mente – formentlig er vis ulighed. Dette problem ses imidlertid ikke at have pådraget sig forhandlernes og forhandlerorganisationernes interesse i en sådan grad, at det har fundet særligt udtryk i ansvarlige tilkendegivelser fra dette hold.

3. Betalingsvilkår

Blandt mange årsager til den vældige udbredelse af »the franchise agreement« i USA omkring og kort efter århundredskiftet, og senere i den øvrige verden, har man fremhævet den kapitalknaphed, som prægede automobilindustriens første år. Denne knaphed – set i forhold til de allerede da omfattende tekniske og industrielle opgaver – lod sig afhjælpe gennem etablering af en forhandlergruppe, der stod som regulære kontantkøbere og ikke blot som

agenter, der først formidlede købesummen indbetalt til fabrikanten ved den endelige detailafsætning. Fabrikanterne fulgte som oftest den fremgangsmåde at lade flest muligt af automobilers enkelte dele fremstille hos forskellige specialfabrikanter, der ved levering gav 30–60 dages henstand med betalingen herfor. Dette tidsrum var da i reglen tilstrækkeligt til at færdigfabrikere og samle bilen, levere til den altid rede kundekreds »the franchised dealers«, inkassere kontantbetaling og erlægge til specialfabrikanterne. Det ses heraf, hvor vital fabrikanternes interesse måtte være i, at forhandlernes betalingsforhold hvilede på prompte kontant afregning.

Endskønt kapitalknaphed i alt væsentligt ophørte med at være et problem for automobilindustrien i løbet af 2–3 årtier, fastholdt man den kontante afregningsform. Enkelte selskaber gik endda så vidt, at de skabte kontraktsmæssige muligheder for at fordrer den fulde betaling erlagt allerede inden leveringen. Denne fortrinsvis historisk begrundede betalingsform stillede forhandlerne stedse mere ugunstigt, efterhånden som værdien af det enkelte automobil øgedes, samtidigt med at fabrikanternes krav til forhandlernes lager steg til det ganske betydelige.

De amerikanske selskaber fordrer imidlertid også i dag som hovedregel kontant betaling. Kontraktsformularerne åbner dog som regel mulighed for afvigende aftaler i de enkelte tilfælde, og særlig finansieringshjælp ydes i et vist omfang.

Også i Vesteuropa synes den foretrukne ordning at være kontant betaling, med mindre andet aftales. En del selskaber (især i Østrig og Schweiz) opregner dog overhovedet ikke andre muligheder i kontrakten end den kontante betaling ved levering. Visse kontrakter anfører konsignationslignende aftaler som en subsidiær mulighed.

I Danmark findes såvel kontrakter, hvorefter der kun kan blive tale om kontant betaling ved levering, som kontrakter der også åbner mulighed for anden og individuel aftale, i nogenlunde ligeligt omfang. Konsignationslignende aftaler ses ikke at forekomme; i en enkelt kontrakt åbnes der mulighed for lagerkredit, men kun i henseende til demonstrationskøretøjer, der ikke må indregistreres.

4. Ansvar for leverede vogne

En beskrivelse af dette forholds kontraktsmæssige regulering indebærer to spørgsmål: For det første, hvornår risikoen for vognens hændelige undergang eller forringelse overgår fra leverandør til forhandler (a), og for det andet, hvorledes den af leverandøren givne garanti forholder sig til den af forhandleren ydede garanti på vognen (b).

a. Risikoens overgang

Fra omkring 1910 var det i USA ikke ualmindeligt at optage kontraktsbestemmelser, hvorefter fabrikantens ansvar for tab eller skade – »lost or damage« – ophørte med leveringen til fragtføreren eller forhandleren selv; Oakland Motor Car Co.'s 1908-kontrakt indeholdt eksempelvis en udtrykkelig bestemmelse af denne art. Samme kontrakt indeholdt tillige en bestemmelse, ifølge hvilken ansvaret som følge af defekter ved den leverede vogn kun udstræktes til 60 dage efter leveringen. Bestemmelser af den førstnævnte art blev hurtigt ganske almindelige, og de blev i Motor Vehicle Report i 1939 påpeget som, i en vis udstrækning, urimelige.

Også på dette område er der sket en betydelig udvikling inden for amerikansk kontraktpraksis siden anden verdenskrig. Den nuværende ordning synes på enkelte punkter at frembyde mindre forskelle mellem kontrakterne for »The big Three« (General Motors, Ford og Chrysler) og »The Independents«. De tre store selskaber har således påtaget sig ansvaret for skader indtruffet under transporten. Der sættes dog ret korte frister for forhandlerens adgang til at gøre krav herom gældende. American Motor Car Co. har oprettet en alternativ ordning – helt undergivet selskabets eget valg – i så henseende. Den ene mulighed er lig den ovenfor beskrevne; den anden består deri, at selskabet kan vælge, at lade forhandleren afholde transportomkostningerne direkte i forhold til fragtføreren, i hvilket tilfælde risikoen anses for overgået ved fabrikantens overgivelse til fragtføreren. Udtryk som »franco« eller »f. o. b.« er ikke anvendt i selve kontrakterne. Om adkomsten til at disponere over automobilerne, er det almindeligt at optage bestemmelser, hvorefter ejendomsretten anses for overgået til forhandleren ved overgivelsen til fragtføreren, forhandleren selv eller

hans folk, alt efter hvilken af disse begivenheder der først indtræffer.

Kun et fåtal af de vesteuropæiske kontrakter udtaler sig om risikoens overgang.

Tre danske kontrakter anfører, at risikoen anses for overgået med overgivelsen til fragtføreren – en ordning, der ligeledes, i medfør af købelovens §§ 17 og 10 må være gældende i de tilfælde, hvor intet er aftalt herom. Enkelte importører tager i kontrakten ejendomsforbehold i de leverede vogne, indtil fuld afregning er sket.

b. Garanti

Siden slutningen af 1930'erne har de amerikanske kontrakters garantibestemmelser udviklet sig i en for forhandlerne stedse mere gunstig retning. General Motors indførte således etapevis (fra omkring 1940 til slutningen af 1950'erne) bestemmelser, hvorefter forhandleren sluttelig havde betydelig mulighed for at få dækket sine fulde udgifter til arbejds løn og sine omkostninger (med et tillæg på 10 %) til reservedele. I dag er bestemmelser om den indbyrdes regulering af garantiforpligtelserne af ensartet indhold i de amerikanske kontrakter; Ford formulerer sig dog væsentligt mere detaljeret end de øvrige selskaber. Fabrikkerne fraskriver sig udtrykkeligt ethvert ansvar for de leverede vogne eller reservedele, som ikke fremgår direkte af de med varerne følgende garantierklæringer; det pålægges endvidere Ford's forhandlere at yde en garanti over for de endelige aftagere af et indhold ganske svarende til den af fabrikken afgivne garanti.

I Vesteuropa indeholder det overvejende flertal af forhandlerkontrakterne en udtrykkelig ansvarsfraskrivelse for leverandørerne udover de afgivne garantierklæringer. Inden for denne store gruppe anfører endvidere halvdelen af kontrakterne, at fabriks- eller importørgarantiens udstrækning skal følges af forhandleren i hans garanti over for kunden.

I Danmark er den almindelige praksis den – også hvor det ikke særligt er krævet gennem forhandlerkontrakten – at fabrikantens garanti videregives i uændret form via importør og forhandler til kunden. Af de standardiserede slutsedler fremgår det oftest, at forhandleren ikke giver nogen anden eller videregående garanti

end den, der ydes af hans egen leverandør. En særlig forpligtelse kan imidlertid i medfør af de ovennævnte kontraktsbestemmelser opstå for forhandleren, hvor køberen ikke er blevet gjort tilstrækkelig bekendt med garantiens udstrækning, idet de fleste selskabers garantier er af et omfang, der er væsentlig begrænset i forhold til de deklatoriske regler – bl. a. Købelovens §§ 42 og 54. I forbindelse hermed må det nævnes, at flere importører betinger den over for forhandleren påtagne garantiforpligtelse af modtagelsen af en af detailkøberen underskrevet erklæring om, at han har gjort sig bekendt med den for ham gældende garantierklærings indhold.

Ganske generelt betragtet synes de almindeligt forekommende kontraktsbestemmelser om leverandørernes ansvar for de leverede vogne, reservedele og tilbehørsgenstande således at være af rimelig udstrækning. At den endelige aftager ikke sjældent stilles ringere, end tilfældet ville være efter deklatoriske regler, kan siges at være en middelbar følge af forhandlerkontrakten; men i og med denne konstatering følger også, at de pågældende kontraktsbestemmelser ikke kan siges at udgøre en belastning for forhandleren – forudsat at lovgivningens regler herom er deklatoriske. Hvor dette ikke er tilfældet, må det i Lissabon-resolutionens § 9 formulerede ønske om, at fabrikanten eller importøren ifølge kontrakten bør have »pligt til at holde forhandleren skadesløs for ethvert ansvar, der i henhold til loven eller efter kontrakten opstår på grundlag af fabrikkens garanti på de leverede varer«, anses for rimeligt og velbegrundet.

C. Generelle bestemmelser

En række kontraktsklausuler manifesterer fabrikanten/importørens ønske om at begrænse sin risiko i relation til kontraktsforholdet ved at sikre sig den stærkest mulige position i forholdets retlige karakteristik. Bestemmelser om forhandlerens status som køber og ikke agent (1), om kontraktens fortolkning (2) og om mundtlige tillægsaftaler (3) er af særlig betydning i denne sammenhæng.

1. »Ikke-agent«-bestemmelser

I et senere afsnit^{*)} tilstræbes en nærmere vurdering af, hvorledes leverandør/forhandler-forholdet retligt bør karakteriseres under hensyn til en samlet bedømmelse af parternes indbyrdes materielt regulerede stilling; hvorvidt agent/principal-relationen er den adækvate betegnelse for forholdet, vil blive søgt nærmere belyst på dette grundlag. I nærværende afsnit skal blot beskrives de tilfælde, hvor leverandørens ønske om at søge den retlige risiko i forhold til forhandleren begrænset mest muligt manifesterer sig i kontraktsbestemmelser, der *formelt* søger at karakterisere forhandlerens hele retlige status.

I automobilsalgets første, eksperimenterende periode, omkring århundredskiftet, anvendtes snart sagt enhver tænkelig form for distributionsaftaler mellem fabrikkerne og de efterfølgende led; agentstatus var således heller ikke sjælden for forhandlerne i denne periode. I de fleste kontrakter indtil 1908 (bl. a. Peerless Motor Car Co.'s kontrakt fra 1903) betegnede forhandleren som eneagent – *exclusive agent* – og der fandtes ingen bestemmelser om, at forhandleren ikke havde almindelig stilling som selskabets agent i enhver henseende. I årene 1908–10 dukkede sådanne klausuler imidlertid frem (ofte jævnsides med bestemmelserne om fabrikantens manglende leveringspligt); samtidigt fik forhandleren nu ikke overdraget eneagentur – *exclusive agency* – men eneforhandling – *exclusive sale*. Omkring 1910 havde flertallet af selskaberne valgt denne formulering, men få år senere vendte Ford tilbage til *agency*-betegnelsen, vist nok for at kunne opretholde faste detailpriser uden at komme i konflikt med antitrustlovgivningen; Ford forlod dog denne praksis efter anden verdenskrig. Bestemmelser om, at kontrakten »ikke i nogen henseende gør forhandleren til selskabets agent eller repræsentant – *agent or legal representative* – er også nu ganske almindelige i de amerikanske forhandlerkontrakter, og suppleres ofte af bestemmelser om, at der »ikke er givet forhandleren nogen udtrykkelig eller stiltiende bemyndigelse eller legitimation til at anerkende eller skabe nogen fordring eller andet krav på selskabets vegne eller til at binde det på nogen tænkelig måde«.

^{*)} Jfr. p. 105 ff.

I Vesteuropa (bortset fra Østrig) har ca. $\frac{3}{4}$ af kontrakterne klausuler af ganske lignende indhold som i de amerikanske kontrakter. Det drejer sig først og fremmest om de amerikanske selskabers europæiske kontrakter (dog har General Motors i Sverige udeladt bestemmelser om forhandlerens juridiske stilling). Den almindelige forhandlerkontrakt i Norge rummer heller ingen omtale af dette spørgsmål. I Østrig sker forhandlingen af mærker som Simca, Skoda, Chrysler og andre gennem et regulært principal/agent-system; og Peugeot's østrigske kontrakt fastslår, at forhandleren er at betragte som selvstændig købmand i betydningen »Handelsagent«, hvilket vil sige, at forhandleren afslutter alle salgsaftaler som repræsentant for importøren, i importørens navn og for hans regning. I Danmark har langt de fleste importører optaget »ikke-agent«-bestemmelser i deres forhandlerkontrakter.

Bortset fra de nævnte undtagelser fra Østrig synes det således som om, bestemmelser, der fastslår, at forhandleren ikke er at betragte som selskabets agent, er ret ensartede i forekomst og opbygning såvel i USA som i Vesteuropa, og at disse klausuler har rødder i en mere end 50-årig, og kun sjældent brudt, praksis.

2. Kontraktens fortolkning

Bestemmelserne vedrørende fortolkning af forhandlerkontrakten synes nu – i modsætning til tidligere – at frembyde et i hovedsagen ensartet billede, såvel i USA som i Vesteuropa. Der er for så vidt ingen grund til at søge at trække den historiske linie i dette områdes regulering op, hvilket også ville være overordentlig vanskeligt; men visse hovedtræk i vore dages praksis på feltet skal nævnes.

Kontrakterne rummer oftest en passus om, at bestemmelser stridende mod den pågældende stats lovgivning skal anses for uskrevne, men at dette ikke skal anfægte gyldigheden af kontraktens øvrige bestemmelser. Endvidere henviser de amerikanske kontrakter alle bedømmelser af tvister og fortolkningsspørgsmål i det hele taget til afgørelse efter Michigan's ret; egentlige værnetingsaftaler i øvrigt er sjældne i de amerikanske kontrakter.

I Vesteuropa anvendes sådanne henvisninger til andre materielle retssystemer ikke, hvilket naturligvis hænger sammen med forskel-

len imellem det amerikanske og de europæiske retssystemer. Det synes endvidere som om den undertiden tidligere anvendte kontraktspraksis, hvorefter fabrikanten eller importøren forbeholdt sig ret til selv at afgøre ethvert spørgsmål vedrørende kontraktens fortolkning, ikke bruges mere. I Danmark har en enkelt importør dog i sin forhandlerkontrakt reminiscenser af de tidligere bestemmelser herom, idet enhver uenighed om denne kontrakts fortolkning berettiger leverandøren til at opsige forholdet med 14 dages varsel. På en enkelt undtagelse nær vedtages i Danmark Sø- og Handelsretten som værneting i forhandlerkontrakterne. Visse selskaber (især af amerikansk oprindelse) indfører til yderligere sikring en klausul om, at ikke-håndhævelsen af enkelte eller flere af kontraktens punkter »ikke skal anses at have præjudice«.

Forhandlernes organisationer har tid efter anden gjort sig til talsmænd for indførelsen af et voldgiftsinstitut i kontrakterne; det anføres bl. a. i den i 1961 vedtagne Lissabon-resolutions § 10. Det fremhæves fra forhandlerhold, at man på denne måde ønsker at sikre sig mod urimeligheder, hvormed vel i første række sigtes til den nærmere praktisering af kontraktens fastlæggelse af forhandlernes materielle pligter. Denne side af kontraktsfortolkningen kan sikkert også med fordel undergives en egnet sammensat voldgiftsrets kompetence, ligesom det utvivlsomt vil være en fordel, såfremt særlige sagkyndige medvirker til fastsættelsen af den praksis, der med rimelighed bør gælde i forholdet mellem leverandør og forhandler. På den anden side kan det næppe udelukkes, at uafhængige domstole i visse situationer kan give den enkelte forhandler en bedre beskyttelse.

Løsningen af de mere retligt prægede fortolkningsspørgsmål (opsigelse, erstatning, overdragelse, etc.) må nok anses for undergivet tilstrækkeligt hensigtsmæssige betingelser gennem almindelig domstolsbehandling. I øvrigt forekommer bestemmelser om henvisning af tvister til voldgiftsavgørelser kun sjældent. I Danmark har således blot én importør (Scania Diesel) indført en voldgiftsklausul i kontrakten; voldgiftsretten skal her udpeges af parterne, men i tilfælde af uenighed af Sø- og Handelsrettens præsident.

3. Mundtlige tillægsaftaler

I 1920'erne førtes i USA mellem automobilfabrikanterne og forhandlerne en række retssager, i hvilke forhandlerne støttede deres påstande på mundtlig overenskomster af den ene eller den anden art (f. eks. et løfte fra en inspicerende repræsentant for leverandøren), og jævnligt fik forhandlerne medhold på dette grundlag. Sagen *Erschine v. Chevrolet Motors**), der drejede sig om en tvist i forbindelse med begivenheder i 1920, er et karakteristisk eksempel; forhandleren fik her tilkendt erstatning for tabt fortjeneste samt for alle »rimelige udgifter, han havde haft som følge af dispositioner foretaget i tillid til de mundtlige løfter, der var fremsat af fabrikantens repræsentant«. Sager af denne art forårsagede en række klausuler i kontrakterne, hvorefter ingen mundtlige afvigelser fra kontraktens bestemmelser skulle anses for gyldige. *Hudson Car Co.* optog en bestemmelse af dette indhold allerede i sin 1918-kontrakt, *General Motors* og *Ford* tilsyneladende først omkring 1930. Sager som *Ford Motor Co. v. Kirkmyer Motor Co.***) viser klart, at domstolene følte sig bundet af klausuler om, at kontrakten erklærede sig for »den eneste og udtømmende aftale og forudsætning« – »the sole agreement or understanding« – mellem parterne. I bemeldte sag anså rettens flertal det for en krænkelse af kontraktens udtrykkelige bestemmelser, dersom en særlig aftale klart forudsat af begge parter ved kontraktens indgåelse men ikke optaget heri, blev anset for gyldig. En enkelt dommer afsagde dog en magtfuld dissens og foregreb heri til dels de synspunkter, som *The Federal Trade Commission* fremførte i 1939. Kommissionen anså bestemmelser af den omtalte art for uretfærdige – »inequitable« – hvor de forekom i den samme kontrakt, som gav fabrikanten en betydelig adgang til kontrol med og intervention i sælgerens virksomhed, og især hvor forhandleren forpligtede sig generelt til at drive sin virksomhed til fabrikantens »tilfredshed« e. l. Den tankegang, der lå bag kommissionens udtalelser, var formentlig denne, at hvor fabrikanterne baserede betydelige dele af forholdets forløb på jævnlig kontrol

*) 185 N. C. 479, 117 S. E. 706 (1923).

**) 65 F. 2d 1001 (4th Cir. 1933).

og inspektion foretaget af selskabets repræsentanter, var det urimeligt om forhandlerne ikke kunne støtte ret på de anvisninger og løfter, som sådanne repræsentanter måtte meddele under de fælles drøftelser om virksomhedens drift. Hewitt har udtrykt det samme synspunkt således,^{*)} at »fabrikanterne er sådan stillet, at de kan nyde alle fordelene ved deres udstrakte kontrolsystem, men uden at de kan drages til ansvar for uretmæssige – »wrongful« – handlinger inden for dette kontrolsystems rammer«.

Efter anden verdenskrig har udviklingen bevæget sig over visse detailklausuler mod den nuværende almindelige amerikanske ordning, der for så vidt minder ganske om de oprindelige klausuler fra 1930'erne. Den eneste – og i denne sammenhæng formentlig mindre betydningsfulde – forskel er den, at hvor det i 1930'erne (f. eks. General Motors kontrakt fra 1937) var almindeligt kategorisk at erklære kontraktens bestemmelser for udtømmende og uforanderlige, formuleres den tilsvarende bestemmelse nu derhen, at kun aftaler, der fremtræder skriftligt og underskrevet af en eller flere bestemt angivne ansvarlige repræsentanter for selskabet, anses for gyldige.

Relativt få blandt de vesteuropæiske kontrakter synes at optage klausuler om mundtlige tillægsaftaler. Hvor sådanne bestemmelser dog er anvendt, er der hovedsageligt tale om amerikanske selskaber og/eller forhandlervirksomheder i tysktalende lande.

I Danmark rummer ca. halvdelen – tilsyneladende en væsentlig større andel end i flere andre vesteuropæiske lande – af de undersøgte kontrakter (her i blandt begge de store amerikanske importører) bestemmelser af et lignende indhold som de amerikanske kontrakter. Blandt de øvrige importører har kun en enkelt (Volvo) berørt spørgsmålet, idet det i denne kontrakt udtrykkeligt fastslås, at kontrakten betragtes som en rammebestemmelse af parternes indbyrdes forhold, der nærmere kan fastlægges eller ændres gennem udveksling af breve. Volvo har en lignende bestemmelse i sin svenske kontrakt.

Om der er tale om nogen egentlig forskel i tilstanden på dette område mellem Danmark og det øvrige Vesteuropa, er nok tvivlsomt til trods for den tilsyneladende noget afvigende kontrakts-

^{*)} Automobile Franchise Agreements, 1956, p. 100.

praksis. Det er et spørgsmål, om de danske kontrakters klausuler om mundtlige aftaler bør tillægges betydning. Hvis man – som Ussing*) – anlægger det synspunkt, at trykte kontraktsvilkår må vige for modstående mundtlig aftale, er det for så vidt uden afgørende betydning, om kontrakten indeholder en tillægsaftaleklausul. Træffes der i et sådant forhold alligevel en modstående mundtlig aftale, må det betragtes som en klar forudsætning hos forholdets »svagere« part, at aftalen er gyldig. Herefter kan situationen beskrives således, at en del af den mundtlige aftale (nemlig den nævnte forudsætning) i medfør af den ovennævnte grundsætning tilsidesætter en del af de trykte kontraktsvilkår (tillægsaftaleklausulen). Sådanne klausuler kan derfor kun antages at have betydning som nuancerende faktor ved den bevismæssige fastlæggelse af den »svagere« (den part, der ikke har formuleret de trykte kontraktsvilkår) parts gode tro i henseende til den mundtlige aftalepartners legitimation.

Krav, der tjener til
KAPITEL 3 *tilrettelæggelse og udjævning af*
produktionen og afsætningen

A. Generelt – historisk

Den tredie hovedgruppe, der skal omtales, er de bestemmelser, der udspringer af fabrikantens interesse i gennem forhandlerapparatet at sikre sig i det videst mulige omfang mod uoverskuelige følger af ændringer i forholdet mellem produktionen og efterspørgselen. Dette sker bl. a. gennem kontraktsklausuler, hvorved der skabes forudsætninger for en mere langsigtet og akkurat tilrettelæggelse af produktionen. Imidlertid findes der desuden jævn-

*) Aftaler, 2. udgave, 1955, p. 428.

ligt i kontrakterne bestemmelser, der tenderer mod at pålægge forhandleren maksimal pligt til at aftage selskabets produkter samtidig med, at der kun påføres selskabet leveringspligt i minimal udstrækning.

Synspunkter af denne karakter trængte sig på med betydelig styrke i bilproduktionens første år. De tekniske vanskeligheder i produktionens forløb var af et betydeligt omfang og ofte af uforudseelig art; bilerne hørte til i forbrugets luksussektor, og efterspørgselen var følgelig yderligt følsom over for konjunktursvingninger. Der var al mulig grund til for fabrikanterne at søge at opbygge »et marked, der kunne absorbere deres varer, efterhånden som de produceredes, uden at der samtidigt blev pålagt fabrikanterne nogen kontraktsmæssigt fikseret forpligtelse til at levere«.^{*)}

I de kommende år aftog de teknologiske problemer vel noget. Afsætningen vedblev imidlertid at være konjunkturfølsom, og der kunne således stadig være god grund for fabrikanterne til at optage bestemmelser om maksimale afsætningskrav og minimal leveringspligt i de enkelte kontrakter. I depressionsårene i slutningen af 1920'erne gjorde Ford således udstrakt brug af klausuler om ret til levering uden ordre, og fik på denne måde lagt et betydeligt overskudslager ud til forhandlerne, mod disses »bitter protest«.

I dag er de oprindelige forudsætninger for leverings- og afsætningsklausulerne i det væsentlige faldet bort. Automobilproduktionen rummer vel stadig tekniske problemer af et vist omfang, men ingenlunde af en sådan art, at produktionens kontinuitet i sig selv kan trues. Samtidig er bilen som forbrugsgode i betydeligt omfang overgået til de mindre konjunkturfølsomme sider af forbruget, omend efterspørgselen stadig kan udvise betydelige svingninger. Man har imidlertid fra fabrikantside foretrukket fortsat at satse på de, til dels traditionelt betingede, interesser i uformindsket omfang. Dette manifesterer sig fortrinsvis i kontraktsbestemmelser om oplysningspligt (B), aftagepligt (C) og ikke-leveringspligt (D).

^{*)} Hewitt, Automobile Franchise Agreement, 1956, p. 18.

B. Oplysningspligt

Almindelige bestemmelser om periodisk afgivne overslag over det forventede salg, kan ingenlunde i sig selv siges at pålægge forhandleren nogen aftagepligt; men i praksis vil et sådant overslag vel ofte kunne danne udgangspunkt for et ikke-kontraktsmæssigt krav om at aftage i det stipulerede omfang. På den anden side kan det også fremhæves, at fabrikanterne kan have en ganske klar og uomgængelig interesse i forhandlerens salgsoverslag, ikke blot for at skabe maksimal afsætningsmulighed i påkommende tilfælde, men simpelt hen af hensyn til produktionens planlægning i alle led. I samme forbindelse kunne man eventuelt hævde, at forhandleren selv er den nærmeste til at bære ansvaret for et – eventuelt gentaget – fejlskøn, hvorefter han alligevel ikke kan aftage det stipulerede antal vogne; dette sidste må dog af flere grunde anses for tvivlsomt. Antog man, at det forholdt sig således, måtte det føre til, at salgsoverslag er at betragte som almindelige ordrer, hvilket atter måtte mane den overslagsmeddelende part til en overdreven – og for begge parter uhensigtsmæssig – forsigtighed. Endvidere er det nærliggende at antage, at forhandlerne i deres funktion som »markedsmeddelere« for leverandøren udfører en agentlignende funktion*), og at risikoen for et forkert skøn dermed i nogen grad også er leverandørens. Det må derfor hævdes, at ikke-kontraktsmæssige afsætningskrav i medfør af salgsoverslag ikke kan anses for berettigede.

I USA rummer alle kontrakter bestemmelser om forhandlernes pligt til at afgive overslag, som oftest månedligt og for en periode af 3–4 måneder; et enkelt selskab (Chrysler Corp.) henviser spørgsmålet til individuel fastlæggelse.

I Vesteuropa – og Danmark – undlader en del kontrakter at pålægge forhandleren en sådan pligt. Af de øvrige kontrakter (omkring $\frac{2}{3}$) lader hovedparten problemet regulere særskilt i hvert enkelt tilfælde. De øvrige kontrakter fastsætter som oftest intervallet mellem meddelelserne til 1 måned og perioden til 3–4 måneder, i enkelte tilfælde op til et år. Visse kontrakter bestemmer udtrykkeligt, at overslagene skal være uforbindende.

*) Jfr. p. 117 ff.

C. Aftagepligt

1. Ordre

Automobilforhandlerkontrakternes bestemmelser om forhandlerens afgivelse af ordre er af væsentlig betydning for vurderingen af hele forholdet omkring forhandlerens aftagepligt, set i relation til fabrikanten/importørens leveringspligt. Bestemmelserne herom frembyder et relativt ensartet billede i USA og Vesteuropa (incl. Danmark). Kontrakterne kan i denne henseende deles i tre grupper. Ca. $\frac{1}{3}$ henskyder spørgsmålet om forhandlerens pligt til at afgive ordre til individuel afgørelse i den enkelte kontrakt; hvorledes sådanne blanco-klausuler sædvanligvis udfyldes, vides ikke. En anden gruppe af kontrakterne – af nogenlunde samme størrelse – rummer bestemmelser, der regulerer ordreafgivelsen i selve standardformularen. Bestemmelserne herom er næsten alle af samme indhold: Ordrene skal afgives med et varsel, der sjældent overstiger 2 måneder, og ordreafgivelsen skal finde sted med intervaller på én måned. Den resterende del af kontrakterne rummer overhovedet ingen bestemmelser om ordreafgivelse.

2. Bindende levering uden ordre

Fabrikanternes interesse i at udjævne produktionens afsætning ved at pålægge forhandlerne en maksimal aftagepligt kommer til udtryk i sin »rene« form gennem bestemmelser, hvorved der åbnes en kontraktsbestemt, og ikke tidsmæssigt begrænset, adgang til at foretage bindende levering til forhandlerne, uden at der er afgivet nogen ordre på leveringen.

En sådan adgang kan hjemles i forskelligartede bestemmelser – f. eks. om salgsoverslag, salgsmål, minimumslager eller indregistreringsprocenter – hvorved i reglen også selve omfanget af den således tilladte levering fastlægges.

I århundredets første to årtier var bestemmelser om sådan adgang til ensidig levering ganske almindelige i de amerikanske kontrakter. Den nærmere udformning var som oftest, at der til kontrakten knyttede sig et »schedule«, der angav omfanget af

forhandlerens aftagepligt; samtidigt betingedes det dog så at sige altid, at forhandleren på ingen måde kunne gøre krav på levering i det omfang, der var angivet.*)

I gennem 1920'erne rejste der sig betydelig protest fra forhandlerens side mod denne praksis. Resultatet blev en vis begrænsning i *omfanget* af de enkelte kvoter, hvorimod selve kontraktsbestemmelserne, der åbnede adgang til ensidig levering i forhold til kvoterne, optrådte i samme udstrækning som hidtil. Der var altså i realiteten ikke tale om nogen systemændring, men kun om en vis – og i flere tilfælde midlertidig – lempelse af den årligt tilbagevendende fastlæggelse af praksis inden for kontraktsforholdet.

I sin 1926-kontrakt indførte General Motors den såkaldte »15 %-klausul«, der gav selskabet adgang til uden ordre at levere i et sådant omfang, at den enkelte forhandler til enhver tid havde biler og reservedele i et omfang svarende til 15 % af den for hele året fastsatte kvote. Sådanne vidtrækkende bestemmelser blev almindelige i de følgende år, og hele denne side af kontraktsforholdet kulminerede i årene op til den anden verdenskrig. En reaktion over for udviklingen var fremlæggelsen af The Motor Vehicle Act (1940), hvor man foreslog en tidsmæssig begrænsning indført, således at ingen levering kunne finde sted på grundlag af aftaler, der lå mere end 120 dage forud for leveringen.

I årene efter krigen aftog såvel det omfang, hvori bestemmelserne gennem de årlige kvotefastsættelser praktiseredes, som forekomsten af de kontraktsbestemmelser, der hjemlede selve adgangen til den ensidige levering. I 1954 optog således Hudson Car Co. en udtrykkelig bestemmelse om, at ingen biler kunne leveres »undtagen på grundlag af forhandlerens skriftlige ordre«. En lignende bestemmelse findes i dag i Dodge Motor Car Co.'s kontrakt. Ingen af de amerikanske selskaber i øvrigt kan nu foretage bindende levering uden ordre.

På dette punkt befinder de vesteuropæiske kontrakter sig for et flertals vedkommende længere tilbage i udviklingen. Ganske vist anfører en række (såvel danske som øvrige vesteuropæiske) kontrakter intet om adgangen til ensidig levering, og angiver derved

*) Jfr. p. 75.

en lignende ordning som den fra USA kendte, hvorefter der blot afgives ordrer forud hver måned. Men noget over halvdelen af de undersøgte kontrakter åbner under den ene eller den anden form adgang til levering uden ordre. I Danmark er sådanne bestemmelser af en i forhold til det øvrige Europa sjælden forekomst.

Den foretrukne »hjemmel« er *salgsmålene* (de af leverandøren fastsatte kvoter^{*)}). Ford anvender således dette grundlag i en række af sine europæiske kontrakter. *Salgsoverslagene* (de af forhandleren udarbejdede prognoser) anvendes tilsyneladende knapt så hyppigt i dette øjemed. Mellemformer – hvilket vil sige overslag, der baseres på begge parter medbestemmende indflydelse – tages ikke sjældent som udgangspunkt for adgangen til den ensidige levering, bl. a. i visse engelske og tyske kontrakter. Indregistreringsprocenter er enkelte steder anvendt som basis; og andre former kan også ses benyttet – f. eks. Simca i Østrig, der går ud fra en i forhold til importørens import af det pågældende mærke fastsat procentsats.

Endelig skal det nævnes, at en del kontrakter lader forhandlerens ikke-overholdelse af bestemmelserne om minimumslagre åbne adgang for fabrikanten til uden ordre at levere i et sådant omfang, at lageret bliver suppleret op til det fastsatte omfang.

3. Bootlegging

Hvor bestemmelser om ensidig levering praktiseres på en forhandlerne urimelig hård måde, kan det føre til resultater, der er til skade for automobilindustrien som helhed. Bootlegging har, fortrinsvis i USA, været et sådant symptom. En kort oversigt over dette fænomen belyser således indirekte den praksis, som det på anden måde kan være vanskeligt at udforske og beskrive. Ved bootlegging forstås den fremgangsmåde, at forhandleren for at overholde sine kvota-forpligtelser sælger nye vogne til brugtvognsforhandlere – uden for salgsområdet – for en pris, der ligger ganske nær hans egen indkøbspris. Brugtvognsforhandleren kan derefter udbyde vognen til salg »så godt som fabriksny« for en

^{*)} Jfr. p. 35.

pris, med hvilken den stedlige forhandler af mærket, hvem en lang række økonomisk byrdefulde forpligtelser i forbindelse med salgsvirksomheden påhviler, ikke kan konkurrere. Det er fra alle sider blevet påpeget, at en sådan fremgangsmåde er til skade for såvel fabrikkerne, forhandlerne som køberne, der aftager nye vogne, som ikke bliver gjort til genstand for den nødvendige servicebehandling og tilkørsel.

Det er karakteristisk, at bootlegging blev et virkeligt problem i løbet af 1930'erne i USA; således indførte f. eks. Pontiac Motor Car Co. i 1937 vidtgående bestemmelser i forhandlerkontrakterne til beskyttelse herimod. Forbudet mod videresalg til ikke-autoriserede forhandlere blev optaget i så at sige alle kontrakter; men i 1949 forsvandt de, efter en henstilling fra Department of Justice' Antitrust Division. Herefter blev problemet om bootlegging atter højst påtrængende, bl. a. på grund af visse selskabers pludselige og voldsomme konkurrencefremstød med den deraf flydende overproduktion.

I begyndelsen af 1950'erne begyndte de amerikanske forhandlerorganisationer at udfolde den største aktivitet for at søge en løsning af problemet; og i årene 1953–1956 pådrog dette specielle og højst skadelige fænomen sig såvel forhandlernes og fabrikanternes som offentlighedens stærke opmærksomhed. Omfattende senatsafhøringer om spørgsmålet blev foretaget som led i disse års store undersøgelse af hele automobilbranchen. I 1956 blev problemet til en vis grad løst ad lovgivningsvejen.

De to hovedforudsætninger for bootlegging er for det første en omfattende adgang for leverandørerne til at foretage ensidig levering, og for det andet overproduktion inden for industrien. Den første forudsætning er for så vidt til stede i et vist omfang i Vesteuropa, og den anden kunne godt tænkes at optræde. Alligevel er der tilsyneladende ingen tegn på, at bootlegging har præget det europæiske marked i blot tilnærmelsesvis den udstrækning, som tilfældet i perioder har været i USA. Årsagerne hertil kan det være vanskeligt at udrede, selv om en del af forklaringen vel nok må søges i det amerikanske markeds langt større omfang og homogenitet, samt de førende selskabers ringe antal.

D. Leveringspligt

Spørgsmålet om fabrikanterne/importørernes leveringspligt omtaltes ikke i de første amerikanske kontrakter. Der var således hverken bestemmelser, som udtrykkeligt pålagde selskaberne en sådan pligt, eller bestemmelser, hvorefter leveringspligten begrænsedes. Kontrakternes tavshed på dette punkt blev imidlertid i en række domme (med sagen *Randall v. Peerless Motor Car Co.**) fra 1912, som leading case) klart fortolket derhen, at en leveringspligt måtte antages at bestå, og at pligtens omfang måtte fastlægges i overensstemmelse med kontraktens og de løbende aftalers øvrige indhold. I årene herefter blev det derfor almindeligt at indsætte kontraktsbestemmelser, hvorefter selskabet frigjordes for ethvert ansvar som følge af fejlslagen levering – »failure to deliver«. Klausuler af dette indhold blev i årene derefter oftest udbygget – eller nuanceret, alt efter hvorledes man nærmere vil fortolke udtrykket »failure to deliver« – først med bestemmelser, der åbnede adgang for selskabet til at afslå enhver indgiven ordre, og siden med klausuler, hvorefter også allerede akcepterede ordrer undlod at konstituere en leveringsforpligtelse for fabrikanten.

Federal Trade Commission påpegede i 1939, at bestemmelser af den sidstnævnte art i høj grad skabte ulighed – »an inequitable situation«; og i The Motor Vehicle Act (1940) blev det foreslået, at fabrikanten kun skulle være fritaget for ansvar for ikke-levering, såfremt den svigtende levering kunne begrundes i omstændigheder, på hvilke han var uden indflydelse.

Efter krigen optrådte de vidtgående bestemmelser – i henseende til begrænsning af leveringspligten – fortsat i betydeligt omfang i USA; ansvar for forsinkelse blev nu som oftest draget ind under bestemmelsernes område. Samtidig blev det almindeligt at indføre en – intetsigende (?) – pligt for selskabet til at tage »omhyggeligt hensyn« – »careful consideration« – til enhver ordre fra forhandleren på et af selskabets produkter (Fords 1955-kontrakt). I løbet af sidste halvdel af 1950'erne sporedes imidlertid en tendens i USA mod mere moderate bestemmelser om begrænset leveringspligt.

*) 212 Mass. 352, 99 N. E. 221 (1921).

Af denne korte historiske oversigt fremtræder 4–5 hovedtyper blandt kontraktsbestemmelserne på området; de samme typer genfindes i vekslende omfang i såvel de amerikanske som de vesteuropæiske – og danske – kontrakter i dag. Det drejer sig om: a^o: en almindelig force majeure-klausul; b^o: en klausul, hvorefter fejlslagen levering som følge af handlinger og omstændigheder uden for leverandørens kontrol (der er i disse bestemmelser opregnet en lang række kvalificerede opfyldelseshindringer) ikke påfører leverandøren noget ansvar; c^o: en ret for leverandøren til frit at overveje og afslå enhver ordre fra forhandleren; d^o: en ret til også at undlade at opfylde akcepterede ordrer; e^o: supplerende bestemmelser om ikke-ansvar for forsinkelse.

Kun de færreste selskaber indskrænker sig til at anvende klausuler af den under a^o nævnte art; enkelte eksempler kan findes blandt danske, svenske og amerikanske kontrakter.

b^o-typen er ikke usædvanlig i Danmark og Tyskland; i den almindelige norske kontrakt anvendes også en generel regel om ansvarsfrihed for omstændigheder uden for leverandørens kontrol, men kun for så vidt angår forsinkelsen med leveringen. I USA betjener et par selskaber sig af en regel af b^o-typen.

Den under c^o beskrevne type ses i en vis udstrækning anvendt i Sverige og en række mellemeuropæiske lande.

Totalklausulen d^o er kun indsat i et fåtal af de europæiske kontrakter (f. eks. Ford i Sverige og British Motor Corp. i England).

Volkswagen betjener sig i sin tyske kontrakt af en særlig ordning, hvorefter der i og for sig består en leveringspligt i overensstemmelse med de indgivne ordrer; i tilfælde af produktionsknaphed er selskabet imidlertid kun forpligtet til at levere en af selskabet selv fastlagt mængde til samtlige forhandlere, men således at den indbyrdes fordeling mellem de enkelte forhandlere sættes i forhold til omfanget af de indgivne ordrer.

Det synes som om de europæiske kontrakter – der i øvrigt frembyder et relativt uensartet billede – også på dette område gennemsnitligt er mere ugunstige for forhandlerne end de amerikanske kontrakter.

A. Generelt

1. Parternes interesser

Automobilforhandlerkontrakternes bestemmelser om eneforhandling, dens art og udstrækning, er et ganske essentielt område i fabrikant/forhandler-forholdet. Man kunne ud fra visse forestillinger a priori være tilbøjelig til at betragte den territoriale beskyttelse som den krumtap, hvorom hele kontraktsforholdet – med dets overmåde mange og omfattende krav til forhandler-virksomheden – drejer sig. Hvor den hidtidige beskrivelse stedse har taget sit udgangspunkt i fabrikantens interesser (og påvist, hvorledes disse interesser varetages og tilgodeses i ganske betydelig grad), er det umiddelbart nærliggende at betragte eneforhandlingsklausuler som værende til gunst for forhandleren, og for ham alene. Imidlertid gør to momenter sig gældende over for en sådan betragtningsmåde.

For det første vil det af den efterfølgende beskrivelse fremgå, at relativt mange forhandlerforhold baserer sig på kontrakter, der ikke tilsiger forhandleren nogen egentlig eneforhandlingsret. For det andet vil en nærmere overvejelse af en række af de områder, på hvilke fabrikanternes interesser manifesterer sig, formentlig føre til, at eneforhandlingssystemet på mangfoldig vis kan være en betydelig støtte for leverandørinteresserne.

Det gælder f. eks. områder som salgsoverslag, kvotefastsættelser, kontrolbestemmelser og detailpris-fastsættelse. Hewitt anfører*) en række fabrikantmotiver til, at eneforhandlingen fortsat præfereredes i branchen ud over den første periode, da en vis stabilitet i forhandlerapparatets organisation var indtrådt. Blandt de vigtigste momenter nævnes: 1^o, »fabrikanterne er i stand til at tiltrække mere velkvalificerede og økonomisk velfunderede folk

*) Automobile Franchise Agreement, 1956, p. 55 ff.

som mellemmand i handelen; 2°, det er lettere at opnå præcise beregninger over den fremtidige efterspørgsel fra en forhandler i et beskyttet marked; 3°, detailpris-strukturen er beskyttet; 4°, fabrikanterne kan begrænse såvel deres salgsomkostninger som deres transportomkostninger; 5°, fabrikanterne er i en langt gunstigere position for udøvelse af inspektions- og kontrolvirksomhed; 6°, ved at have færre og økonomisk stærkere detailhandlere, kan fabrikanten kræve mere omfattende investeringer i bygninger, lager, inventar og udstyr af forhandlerne«.

2. Eneforhandlingsrettens udstrækning

Den totale eneforhandlingsret for forhandleren omfatter beskyttelse mod salg i distriktet fra såvel a) andre forhandlere, som b) leverandøren selv.

Ad a. »Andre forhandlere« omfatter to grupper, nemlig dels de forhandlere, der har deres afgrænsede virkefelt uden for det pågældende distrikt, og dels de, der under den ene eller den anden form har fået indrømmet en »salgsret«, der også omfatter distriktet eller dele heraf. Den egentlige eneforhandlingskontrakt indeholder derfor to karakteristika: En pligt for leverandøren til ikke at udnævne andre forhandlere i distriktet, og en pligt for forhandleren (og tilsvarende for hans kolleger) til ikke at sælge uden for distriktet.

Beskyttelsen mod salg fra forhandlere fra andre distrikter, kan være mere eller mindre effektiv, alt efter hvilken sanktion, der kan bringes i anvendelse ved overtrædelse af de – for alle mærkeforhandlere gældende – kontraktsbestemmelser om forbud mod salg uden for distriktet. Fire muligheder ses anvendt i praksis: 1°, et blot forbud mod salg, suppleret med bestemmelser om selskabets udtrykkelige ansvarsfraskigelse for overtrædelse heraf; 2°, overtrædelse medfører pligt til at yde – evt. ved mellemregning med selskabet – den krænkede forhandler en servicegodtgørelse, som oftest på 2½ % af salgssummen undertiden dog mere; 3°, pligt til at yde en overtrædelsesgodtgørelse, hvori såvel servicegodtgørelse som en vis godtgørelse for fortjenestetab er inkluderet; 4°, overtrædelse er kvalificeret hævebegrundende.

Ad b. Eneforhandlingsretten i forhold til leverandøren selv kan begrænses på to måder. Dels kan leverandøren forbeholde sig ret til at ændre distriktets udstrækning og beliggenhed, og dels kan han forbeholde sig ret til direkte salg i en vis udstrækning, som regel over for bestemte kundekredse. Forbehold af den førstnævnte art er relativt sjældent forekommende, hvorimod klausuler om direkte salg er ganske almindelige; der henvises herom til afsnit D, p. 82.

B. Historisk beskrivelse

De tidlige »franchise agreements« fra perioden 1900–1908 gav som regel forhandlerne salgsdistrikter med ret til eneforhandling. Distrikterne var oftest af vældig udstrækning; i denne periode havde således f. eks. Randall hele New England som sit salgs-territorium for Peerless Motor Car Co., og Haynes Automobile Co. tillagde en af sine forhandlere, Woodill Automobile Co., et distrikt der omfattede Los Angeles samt hele den sydlige halvdel af Californien. En nærmere beskyttelse af eneforhandlingsretten var ikke synderlig påkrævet i disse første år, men fra 1908 blev bestemmelser om sanktion i tilfælde af overtrædelse – »cross-selling« – dog undertiden anvendt; således f. eks. i Hudson Car Co.'s 1909-kontrakt, hvori forhandleren udtrykkeligt forpligtede sig til at undlade at intervenere i andre forhandler-territorier, hverken personligt, skriftligt eller gennem underforhandlere. I tilfælde af overtrædelse trådte selskabet til og formidlede overgivelsen af en overtrædelsesprovision. I sin kontrakt fra 1918 fastsatte Hudson denne provision til 10 % af listepriisen. I dette årti blev fabrikanterne i det hele mere omhyggelige med at søge den territoriale beskyttelse gennemført. Ford udsendte således i 1916 direktiver til sine forhandlere, hvori det understregedes, at kontraktens bestemmelser om »cross-selling« ville blive håndhævet på det strengeste.

En vending indtraf i 1920'erne, hvor egentlig eneforhandling sjældent indrømmedes. Den pludselige ekspansion i produktionen og det betydelige problem omkring de brugte vognes videre forhandling, har formentlig ansporet fabrikanterne til en yderligere

forsigtighed og tilbageholdenhed i spørgsmål, der kunne lægge nogen som helst form for bånd på deres organisation af hele forhandlerapparatet. I Ford's 1929-kontrakt finder man således ingen overtrædelsesbestemmelser.

General Motors indførte i 1937 atter bestemmelser, hvorefter en forhandler, i hvis distrikt en anden havde solgt, kunne kræve en godtgørelse på 50 \$. I sin 1934-kontrakt havde selskabet imidlertid indsat en klausul, hvorefter det forbeholdt sig ret til at udnævne sideordnede forhandlere inden for det samme distrikt.

I The Motor Vehicle Act (1940) blev overhovedet ingen territorial beskyttelse for forhandlerne foreslået, og i 1948 udgik fra Attorney General en opfordring til alle automobilfabrikanter om at fjerne kontraktsbestemmelser om territorial eneforhandling, idet sådanne måtte anses at være i strid med The Sherman Act. Denne opfordring fulgtes af alle fra og med 1949. Lige siden dette tidspunkt – dog især i første halvdel af 1950'erne – har den amerikanske forhandlerorganisation, NADA, søgt at få »territory security« indført på ny. En række lovforslag har været resultatet af bestræbelserne, der især manifesterede sig i forbindelse med senatsafhøringerne i midten af 1950'erne om dette særlige spørgsmål.

C. Nutidig beskrivelse

Som nævnt eksisterer der nu ingen eneforhandlingsklausuler i de amerikanske kontrakter; dette område kalder således ikke på nogen nærmere beskrivelse.

Derimod er de vesteuropæiske kontrakter af højst varierende tilsnit i henseende til disse bestemmelser. Ca. halvdelen af det undersøgte materiale tilsikrer ikke forhandlerne nogen eneforhandlingsret, men blot en almindelig salgsret. I denne gruppe er der tillige i så at sige alle kontrakter indføjet en udtrykkelig klausul om eksklusiv-repræsentation.*) Endvidere har ca. en trediedel, for Danmarks vedkommende lidt mere, modificeret den frie

*) Jfr. p. 25.

salgsret med bestemmelser om, at salg gennem uden for distriktet boende underforhandlere ikke må finde sted.

Af den anden halvdel (hvor en eneforhandlingsret under den ene eller den anden form er tilstræbt) ses det for det første, at ingen kontrakter nøjes med det blotte forbud mod salg uden for distriktet (jfr. ovenfor i afsnit A, 1^o, p. 77); denne type er altså kun af historisk forekomst. Noget under halvdelen – i Danmark dog en lidt større andel – sanktionerer med servicegodtgørelse (2^o), mens en tilsvarende gruppe anvender bestemmelser om overtrædelsesprovision, hvori også en fortjenesteandel inkluderes (3^o). Af de ikke-danske kontrakter anfører endvidere o. 15 % overtrædelsen af distriktsbestemmelserne som øjeblikkelig hævebegrundende.

Volkswagen i Schweiz og Simca i Østrig gør den indrømmede eneforhandlingsret betinget, således at den bortfalder, hvis forhandlerens indregistreringsprocenter falder under de for hele landet beregnede.

Endelig skal det anføres, at i enkelte kontrakter – bl. a. Volkswagen i Tyskland og Ford i Schweiz – forbeholder fabrikanten eller importøren sig en almindelig ret til at udnævne sideordnede forhandlere inden for samme distrikt, samtidig med at en sædvanlig beskyttelse i form af service- eller overtrædelsesgodtgørelse ydes mod salg fra forhandlere hjemmehørende i andre distrikter.

Som det fremgår, er det umuligt at drage en hovedtype blandt de bestemmelser, der regulerer eneforhandlingsspørgsmålet i de vesteuropæiske kontrakter, frem. Et generelt træk er det dog, at virksomhed gennem underforhandlere uden for det distrikt, hvortil eneforhandlingsretten eller den almindelige salgsret er knyttet, yderst sjældent tillades.

Endvidere kan det understreges, at *hvor* en eneforhandlingsret forekommer, vil dens krænkelse næsten altid være sanktioneret ved en servicegodtgørelse eller en videre overtrædelsesgodtgørelse.

Endelig må den betydelige forskel, der på dette område består imellem amerikanske og europæiske kontrakter, fremhæves.

Forhandlernes stilling til eneforhandlingsretten er et klart ønske om, at en sådan i almindelighed gives. NADA's bestræbelser i denne retning er allerede omtalt; og såvel Lissabon-resolutionen fra 1961 som IOMTR's rapport fra London i 1968 udtrykker det

samme synspunkt – resolutionen fremhæver i § 6: »I de lande, hvor det er muligt, bør der i almindelighed gives forhandleren en *effektiv beskyttet* (fremhævet her) eneret inden for et nærmere bestemt område«.

D. *Leverandørens salg i distriktet*

Som nævnt er klausuler, hvorefter leverandøren forbeholder sig ret til at foretage direkte salg – i større eller mindre udstrækning – i forhandlerens distrikt, ganske almindelige.

1. Begreb

Forud for en nærmere beskrivelse af denne rettighed er det nødvendigt at gøre sig klart, hvorledes leverandørens salgsret rent systematisk bør betragtes i forhold til forhandlerens eneforhandlingsret. To muligheder synes at bestå; enten kan man anskue a) salgsretten som en indskrænkning i eneforhandlingsretten, eller b) salgsrettens fravær som en udvidelse af den almindelige eneforhandlingsrets begreb. Eller sagt på anden måde: Den forhandler, der slet og ret får tilstået en »eneforhandlingsret«, kan enten opfatte kontraktsbestemmelsen herom som en beskyttelse mod enhver form for salg inden for distriktet (a), eller blot som en beskyttelse mod andre *forhandleres* salg (b). Valget af den ene eller den anden forståelse bliver afgørende for, om leverandøren må anses for berettiget til salg i forhandlerens distrikt i de tilfælde, hvor kontrakten forholder sig tavs om en sådan direkte salgsret.

I visse tilfælde giver kontrakten forhandleren en eneforhandlingsret, som udtrykkeligt præciseres derhen, at den kun udelukker andre forhandlere fra salg i distriktet. I sådanne kontrakter er det tydeligt for begge parter, at den under (b) nævnte forståelse af eneforhandlingens begreb og udstrækning er forudsat (og præciseret). Problemet opstår således kun, hvor eneforhandlingen ikke på denne måde er nøjere fastlagt, og hvor tillige en særlig salgsret for leverandøren ikke udtrykkeligt er forbeholdt.

Antagelig vil den enkelte forhandlers forudsætninger vedrørende eneforhandlingen, hvor intet andet anføres i eller i forbindelse med kontrakten, basere sig på den under a) nævnte forståelse af enesalgsretten som omfattende beskyttelse mod såvel andre forhandlere som mod leverandørens direkte salg i distriktet. Det synes således ikke rimeligt, at leverandøren gennem en ikke udtrykkeligt forbeholdt salgsret skulle have mulighed for at udhule forhandlerens eneforhandling i et ikke ubetydeligt omfang. I Danmark har dette synspunkt fundet støtte i en Sø- og Handelsretsdom fra 1960.*) I denne sag, hvor en leverandør af fjernsynsapparater foretog direkte salg, i det distrikt, inden for hvilket en med firmaets repræsentant indgået kontrakt erklærede denne for »eneberettiget til at optage ordrer« uden nogen nærmere præcisering, tilkendtes repræsentanten erstatning. Retten udtalte, at »sagsøgte har udtrykkeligt i sin kontrakt med sagsøgeren tilsagt denne eneforhandlingsretten af disse selskabers apparater, sagsøgte har ikke oplyst sagsøgeren om omfanget af denne eneforhandlingsret, og sagsøgeren kunne med føje gå ud fra, at denne var i orden«.

Der kan formentlig være grund til at betragte den under a) nævnte forståelse som den i almindelighed rigtige, hvilket synspunkt således må have i erindring ved vurderingen af antal og placering af de forhandlerkontrakter, der ikke udtrykkeligt forbeholder leverandøren en direkte salgsret eller på anden måde præciserer forhandlerens eneforhandlingsret.

2. Beskrivelse

De tidligste amerikanske kontrakter indeholdt som hovedregel ingen bestemmelser om fabrikantens direkte salg; men i løbet af ganske få år sporedes en tydelig tendens til gennem regulære forbud mod direkte salg at søge forhandlerens position styrket. Endnu i 1918 kunne man dog se Hudson Car Co.'s kontrakt åbne mulighed for selskabets direkte salg i området – en mulighed, der vistnok udnyttedes i et ikke ringe omfang. I løbet af 1930'erne blev det atter i stigende grad almindeligt at åbne adgang for

*) Sø- og Handelstidende 1960. 1.

direkte salg til visse bestemte aftagergrupper (General Motors forbeholdt sig således i 1934-kontrakten ret til salg til »flådeejere, statsinstitutioner og Røde Kors«). Efter anden verdenskrig, synes tendensen i USA at have gået over en stigende begrænsning af eneforhandlingen til den nuværende ordning, hvor egentlig eneforhandling sjældent betinges eller gives i kontrakterne; de indskrænkende bestemmelser om leverandørens direkte salg forekommer derfor selvsagt heller ikke.

I Vesteuropa findes varierende aftaler om leverandørernes adgang til direkte salg. Offentlige myndigheder, diplomater, større firmaer, filantropiske formål og egne funktionærer er oftest omfattet af salgsforbehold. En del, men ikke mange, selskaber har ikke taget stilling til spørgsmålet i kontrakten. Endvidere må det anføres, at enkelte leverandører udtrykkeligt fastlægger eneforhandlingsretten som en beskyttelse kun over for selskabets øvrige forhandlere og dermed forbeholder sig en generel ret til direkte salg i distriktet. Bemærkelsesværdig er for så vidt den norske forhandlerkontrakt, der tager et betydeligt hensyn til forhandlerens interesser, også gennem sine godtgørelsesbestemmelser. Leverandøren har her ret til at sælge til statsinstitutioner, diplomater og flådeejere, men skal i disse tilfælde yde forhandleren en provision, der beregnes på samme måde som godtgørelsen ved krænkelse af distriktsbeskyttelsen (d.v.s. at den i reglen skal udgøre mindst halvdelen af bruttoavancen); til gengæld har forhandleren dermed serviceforpligtelser, som om han selv havde solgt vognen. Kun ved centralt salg til militæret opnår forhandleren blot servicegodtgørelse.

Den danske kontraktpraksis svarer i det store hele til det om de øvrige vesteuropæiske lande anførte. Af de undersøgte kontrakter forholder to sig tavse om spørgsmålet; heraf rummer kun den ene en egentlig eneforhandlingsret. De resterende selskaber forbeholder sig alle ret til direkte salg til statslige, amts- og kommunale myndigheder. Flere tager forbehold for filantropiske og andre ikke-kommercielle institutioner, fem med hensyn til landsomfattende eller internationale firmaer, fire for diplomater, tre for egne funktionærer og tjenestevogne, to med hensyn til flådeejere (bestemt som ejere af henholdsvis ti og femten biler), og to leverandører betinger sig ret til direkte salg til olie- og benzinselskaber. Om

ydelse af servicegodtgørelse til den pågældende forhandler er aftalerne varierende alt efter leverandør og aftagerkategori.

Som det ses, er bestemmelserne om leverandørens adgang til direkte salg ofte overordentlig omfattende. Forbehold om ret til salg til statslige og kommunale myndigheder og selskaber, større selskaber af international karakter, foreninger og institutioner af filantropisk art, synsmænd og forsikringsselskaber, lotterier, selskabets større leverandører og egne ansatte*) er i nogen grad egnet til at udhule eneforhandlingsretten, omend forhandleren ved kontraktsforholdets indgåelse dog kan basere sine forventninger og beregninger på disse kontraktsbestemmelser. Lissabon-resolutionen omtaler spørgsmålet (§ 6) med kravet om, at leverandøren ikke bør have ret til direkte salg til nogen forbrugere inden for forhandlerens distrikt uden at give forhandleren en rimelig avance som erstatning. Bestemmelser i denne retning er overordentlig sjældne og ses kun fuldt gennemført i den ovenfor refererede forhandlerkontrakt fra Norge. Sådanne bestemmelser kan vel også – hvor omfanget af leverandørens adgang til direkte salg allerede ved kontraktsforholdets indgåelse har været klart præciseret – være vanskelige at begrunde.

KAPITEL 5 *Opsigelse*

Automobilforhandlerkontrakternes bestemmelser vedrørende leverandørens adgang til at opsiges forhandleren er af overordentlig vigtighed for bedømmelsen af hele kontraktsforholdet. En relativ let adgang til opsigelse for fabrikanten/importøren må regnes for det virksomste af alle pressionsmidler, hvormed forhandleren kan drives til den yderste aktivitet og effektivitet, også ud over den

*) Eksemplet er hentet fra Volkswagens kontrakt i Sverige.

grænse, hvortil hans egne rentabilitetsbetragtninger m.v. måtte føre ham. Endvidere er opsigelsesklausulerne udprægede manifestationer af fabrikantens/importørens interesse i at bringe den risiko og belastning, som kontraktsforholdet måtte påføre ham, ned til det absolutte minimum.

De vigtigste led i opsigelsesklausulerne udgøres af de bestemmelser, hvori opsigelsesgrundene opregnes. Derudover spiller *varselsbestemmelserne* en betydelig rolle. Endelig er det for vurderingen af disse forhold også af væsentlig betydning, hvilken *varighed* der tillægges den enkelte kontrakt.

A. Opsigelsesgrunde

Det er hensigtsmæssigt at skelne mellem tre former for kontraktsbestemte opsigelsesgrunde. For det første kan opsigelsen være ganske ubetinget, foretages uden nogen særlig begrundelse. For det andet rummer visse kontrakter bestemmelser, hvorefter forhandleren kan opsiges på grundlag af kriterier, der er formuleret generelt, »svævende«. Endelig kan der være tale om at opsiges forholdet på grundlag af en – oftest nøjere opregnet – misligholdelse af kontraktens bestemmelser.

1. Ubetinget opsigelse

I USA begyndte kontraktsbestemmelser, hvorefter fabrikanten havde adgang til ubetinget at opsiges forhandleren, at dukke op omkring 1908, og de vandt indpas i stedse stigende grad. Ofte indførtes samtidigt med sådanne klausuler en vis gensidighed i opsigelsesretten, således at adgangen til opsigelse var den samme for forhandleren som for fabrikanten; disse gensidighedsbestemmelser nåede først almindelig udbredelse i løbet af 1920'erne. Allerede i 1918 optog Hudson Car Co. imidlertid den senere så almindelige formular, hvorefter forhandleren – med 15 dages varsel – kunne opsiges »til enhver tid, med eller uden angivelse af grund« – »at any time with or without cause«. Den omstændighed, at en række af

de største amerikanske selskaber efter 1920 forlod den traditionelle et-års kontrakt (se nærmere herom i de følgende afsnit) affødte bestemmelser om adgang til ubetinget opsigelse i så at sige alle kontrakter. (I det hele taget er spørgsmålet om ret til ubetinget opsigelse ifølge sin natur kædet intimt sammen med bestemmelserne om kontraktens løbetid; således kan der for så vidt siges at bestå en ligefrem proportionalitet mellem længden af løbetiden og hyppigheden af forekomsten af bestemmelser om adgang til ubetinget opsigelse – en længere løbetid vil være kombineret med bestemmelser, hvorefter der er større adgang til at bringe forholdet til ophør gennem ubetinget opsigelse og vice versa).

I 1930'erne blev der tid efter anden fra domstolenes side markeret en vis tilbageholdenhed med at tage bestemmelser om, at opsigelse af forhandlerne kunne finde sted »til enhver tid ved den ene parts tilkendegivelse, med eller uden varsel« – »at any time at the will of either party with or without notice« – til efterretning; fabrikanterne dømtes ofte til at betale erstatning til forhandlerne for uberettiget opsigelse, selv i kontraktsforhold, hvor sådanne opsigelsesklausuler forekom. I 1940 blev det i The Motor Vehicle Act foreslået, at kontrakterne kun skulle kunne opsiges »med angivelse af grund« – »for cause« – og med 180 dages varsel. Bl. a. under indtryk heraf forlod flere fabrikanter i årene efter anden verdenskrig den ubetingede opsigelse og vendte tilbage til den tidsbegrænsede kontrakt. Denne tendens har siden været herskende i USA.

I Vesteuropa – og Danmark – indeholder det overvejende flertal af forhandlerkontrakterne bestemmelser, som åbner adgang for fabrikanten/importøren til at bringe kontraktsforholdet til ophør uden angivelse af en særlig grund. Redaktionelt fremtræder disse bestemmelser som regel under kontrakternes afsnit om forholdets varighed og indeholder ingen passus, som »med eller uden angivelse af grunde« eller lignende. I øvrigt adskiller disse klausuler i de europæiske kontrakter sig fra hinanden gennem vidt forskellige bestemmelser om det for opsigelsen nødvendige varsel.*)

*) Se herom i det følgende afsnit, B, p. 92.

2. Opsigelse på grundlag af generelt formulerede bestemmelser

Opsigelsesbestemmelser baseret på generelle og svævende kriterier kendes fra de tidligste amerikanske kontrakter; således kunne f. eks. Peerless Motor Car Co., ifølge sin 1903-kontrakt, opsiges forhandlere, der ikke præsterede et salg »svarende til salget af andre mærker« – »commensurate with sales of other cars«. Denne opsigelsesret – som kun kunne udøves af fabrikanten – blev i en *leading case*^{*)} fortolket derhen, at den var »betinget af forhandlerens ikke-opfyldelse« – »conditioned on nonperformance by the dealer«; den adskilte sig derved klart fra de senere bestemmelser om ubetinget opsigelsesret. Andre kontrakter fra den samme periode indeholdt bestemmelser om, at forhandleren på en række områder skulle forholde sig »til fabrikantens tilfredshed« – »to the satisfaction of the manufacturer«; han kunne i modsat fald opsiges. Atter andre selskaber anvendte formularen, at forhandleren kunne opsiges »med rimelig begrundelse« – »for just cause«. Domstolene overlod i hovedparten af de sager, der blev ført på grundlag af sådanne kontraktsbestemmelser, til parterne (og det betød i realiteten, fabrikanterne) at fastlægge bestemmelsernes nærmere indhold; det blev dog understreget, at hvis opsigelsen havde karakter af at forfølge et andet formål end det at bringe forholdet til ophør, eller var stridende mod god forretningsskik, eller på anden måde uredelig – »insincere, in bad faith, or fraudulent« – kunne domstolenes godkendelse ikke påregnes, uanset hvordan den pågældende kontrakts opsigelsesbetingelser end måtte være formuleret.

Som ovenfor nævnt begyndte de generelle og svævende opsigelsesbestemmelser i nogen måde at vige fra omkring 1910 for bestemmelser, der gav adgang for en ubetinget opsigelse. Senere tog de et mindre opsving og har siden anden verdenskrig jævnlige kunnet findes i de amerikanske kontrakter, dog sjældnere i det sidste tiår. De store amerikanske selskaber optager som hovedregel en udtømmende opregning af opsigelsesgrundene i kontrakterne, men man kan dog stadig se Ford anvende en *passus* om opsigelse med 90 dages varsel, såfremt forhandleren foretager sig

^{*)} Randall v. Peerless Motor Car Co., 1912; 212 Mass. 352, 99 N. E. 221.

noget, som efter selskabets mening kan være »skadeligt for selskabets interesser« – »detrimental or harmful to the interests of the company«.

I vesteuropæisk kontraktspraksis forekommer de på svævende kriterier baserede opsigelsesklausuler sjældent. Visse steder er de dog stadig anvendt (f.eks. General Motors i Sverige, British Motor Corp. og Austin i England, Ford i Tyskland, Simca i Østrig og Volkswagen i Schweiz). Den af Automobilgrossisternes Handelsforening og Bildetaljisternes Forening udarbejdede kontrakt for norske forhandlere rummer, bemærkelsesværdigt nok, en passus om, at kontrakten kan opsiges, hvis forhold, som »importøren mener er utilfredsstillende« ikke bliver rettet inden rimelig tid.

Forholdene i Danmark adskiller sig ikke væsentligt fra den øvrige vesteuropæiske kontraktspraksis. Enkelte importører har optaget bestemmelser, hvorefter forhandleren kan opsiges – med meget kort eller helt uden varsel – såfremt selskabets interesser (efter dettes egen vurdering) skades.

3. Opsigelse på grund af misligholdelse af kontrakten

I de tidligste amerikanske kontrakter (indtil omkring 1908) var det almindeligt at lade fabrikantens opsigelsesret bero på en eller anden form for »ikke-opfyldelse« – »non-performance« – hos forhandleren, og ikke sjældent opregnede man en række bestemte tilfælde. En sådan opregning *kunne* være udtømmende, men var dog som oftest kun eksemplificerende og suppleret med en generelt formet klausul (f.eks. Oakland Motor Car Co.'s kontrakt fra 1908). Fra omkring 1908 svandt de konkrete opregninger ind i takt med den stigende udbredelse af klausuler om ret til opsigelse uden grund. I løbet af 1920'erne indtrådte en tendens hos fabrikanterne til i særlig grad at søge eksklusiv-klausulernes position og betydning i kontrakterne understreget, og i denne forbindelse blev det almindeligt at fremhæve overtrædelse af netop disse bestemmelser som særligt opsigelsesberettigende (f.eks. General Motor's kontrakt fra 1926).

Omkring 1930 og i årene herefter blev det i stigende grad almindeligt at opregne visse bestemte opsigelsesgrunde i kontrak-

ten, eventuelt suppleret med varierende varselsbestemmelser (f. eks. General Motor's kontrakter fra 1934 og 1937). Disse opregninger var imidlertid som hovedregel ikke udtømmende, men suppleredes fortsat af bestemmelser om ret til opsigelse uden grund. Inspireret af Motor Vehicle Report (1939) og visse lovforslag i årene op til anden verdenskrig – forslag, der indeholdt bestemmelser om, at opsigelse *kun* måtte finde sted »for cause«, altså et forbud mod den ubegrundede opsigelse – udvidede man i stadigt stigende omfang kontrakternes angivelser af særlige opsigelsesgrunde. I stedet for bestemmelser om ubegrundet opsigelse supplerede man med klausuler om fabrikantens opsigelsesret, baseret på visse generelle og svævende kriterier af den ovenfor omtalte karakter. I 1956 tog General Motors imidlertid skridtet fuldt ud og indførte i selskabets kontrakter en passus om, at opsigelse fra selskabets side *kun* kunne finde sted, når der forelå en gyldig og særligt opregnet konkret grund.

I dag har alle amerikanske selskaber yderst detaljerede opregninger af de konkrete opsigelsesgrunde. Herudover findes bredere redigerede klausuler, som henviser til de mere essentielle bestemmelser i kontrakterne som forhandlervirksomhedens indretning, salgsarbejdet, garanti- og serviceforpligtelser, varemærkepligter, kapitalforudsætninger, »ikke-agent«-bestemmelser etc. De særligt opregnede opsigelsesgrunde er i første række følgende: overdragelse af virksomheden eller forsøg herpå uden selskabets godkendelse; ændringer i ledelsen eller ejerforholdene omkring virksomheden – der kan for dette tilfældes vedkommende være tale om forskellige specielt opregnede eksempler, såsom en ansvarlig persons udtrædelse af ledelsen, uenighed mellem ansvarlige personer, misrepræsentation af en eller flere interesserede personer, opløsning af et aktieselskab eller interessentskab, på hvilken virksomheden er baseret etc. – vanærende dom, konkurs eller anden betalingsstandsningssituation, forhandlerens tab eller ikke-erhvervelse af en for virksomhedens drift nødvendig licens, forhandlerens død eller uarbejdsdygtighed (dog med visse nedenfor omtalte modifikationer). Enkelte firmaer tilføjer andre situationer, såsom selskabets ønske om at ændre *samtliche* forhandlerkontrakter eller, at forhandlervirksomheden ikke holdes åben for publikum i fornødent tidsmæssigt omfang.

I Vesteuropa – og Danmark – er de særlige opsigelsesgrunde som regel ikke slet så udførligt opregnet i forhandlerkontrakterne. Det overvejende flertal af kontrakterne rummer imidlertid en klausul, hvorefter forhandlerens »misligholdelse« eller hans »undladelse af at efterkomme kontraktens krav« er opsigelsesberettigende. I forbindelse med disse bestemmelser kan det nævnes, at det i Sverige og Norge er almindeligt, udtrykkeligt at undtage den uvæsentlige misligholdelse – Ford i Sverige går dog i sin kontrakt den mellemvej, at lægge bevisbyrden for misligholdelsens uvæsentlighed på forhandleren. I Danmark fremhæver tre importører, at misligholdelsen skal være væsentlig, hvorimod én importør udtrykkeligt lader også den mindre væsentlige misligholdelse være omfattet af opsigelsesbestemmelsen.

De vesteuropæiske kontrakters hyppigst forekommende særlige opsigelsesgrunde er konkurs eller anden form for godtgjort insolvens og ændringer i ejer- eller ledelsesforholdene (denne sidste grund er dog knap så fremtrædende i danske kontrakter). Endvidere kan nævnes: importørens tab af generalagenturet, forhandlerens død, handlinger, hvorved selskabets interesser skades, og forsøg på overdragelse af virksomheden uden fabrikanten/importørens godkendelse.

Omkring en trediedel af kontrakterne*) omtaler forhandlerens undladelse af at aftage det stipulerede antal biler, eller et salgsumfang mindre end en nærmere angivet procentsats af gennemsnitssalget af nye vogne i området, som særlige opsigelsesgrunde. Enkelte selskaber anfører endvidere for kort åbningstid, vanærendedom, forhandlerens uarbejdsdygtighed samt overtrædelse af eksklusiv-klausuler som opsigelsesgrunde. Endelig angiver enkelte vesteuropæiske kontrakter forhandlerens afgivelse af vildledende oplysninger til selskabet, som opsigelsesberettigende.

Det må understreges, at sådanne særligt angivne opsigelsesgrunde er vanskelige at placere i den samlede vurdering af kontraktsbestemmelsernes valør. Hvor kontrakten indeholder en bestemmelse, hvorefter den *væsentlige* misligholdelse fra forhandlerens side berettiger fabrikanten/importøren til opsigelse, kan de særlige bestemmelser muligvis forstås som en nærmere fastlæggelse

*) I Danmark dog en noget mindre andel.

af den væsentlige misligholdelses indhold. Det er dog tvivlsomt, om der dermed skulle være åbnet for modsætningsslutninger fra de særlige opsigelsesgrundes område. Lignende betragtninger kan muligvis gøres gældende, hvor kontrakten udover de særlige opsigelsesgrunde indeholder »svævende« formulerede opsigelseskriterier. Hvor kontrakten derimod indeholder en bestemmelse, hvorefter enhver misligholdelse af kontraktens bestemmelser berettiger til opsigelse, må særbestemmelserne – i det omfang, de henviser til eller omtaler allerede opstillede krav i kontrakten – vel nærmest betragtes som retligt overflødige og alene tjenende til at understrege leverandørens ønske om at lægge særlig vægt på netop disse punkter.

B. Opsigelsesvarsel

Automobilforhandlerkontrakternes bestemmelser om de for opsigelsens gyldighed nødvendige varsler er af den største betydning for vurderingen af forholdet. Et kontraktsbestemt varsel af en rimelig længde vil ofte give forhandleren mulighed for – i hvert fald i nogen udstrækning – at gardere sig mod visse af de mest uheldige følger af en uventet opsigelse af forholdet.

Fra århundredeskiftet og frem til 1920, var det i USA almindeligt at fastsætte opsigelsesvarslet til 30 dage eller derunder; ofte var afgivelse af et varsel dog overhovedet ikke fornødent for at bringe disse kontrakter til ophør, uanset om opsigelsen skete som følge af forhandlerens misligholdelse eller blot efter fabrikantens vilkårlige tilkendegivelse. I løbet af 1920'erne og begyndelsen af 1930'erne optog næsten alle selskaber 30-dages varsler, alternerende med uvarslet opsigelse i visse opregnede situationer. General Motors indførte i sin kontrakt fra 1937 et 90-dages varsel, og et kommissionsforslag fra 1940 gik ind for 180-dages varsel. Omkring 1950 var det almindelige varsel i USA 90 dage (stadig alternativt til visse opsigelsessituationer, hvor varsel ikke krævedes); nogle selskaber anvendte dog 60 dage, og et enkelt (Studebaker Corp.) 10 dage. I dag angiver alle de amerikanske selskaber som oftest et opsigelsesvarsel på 90 dage eller intet varsel

overhovedet; dette sidste er f.eks. almindeligvis tilfældet, hvis forhandleren ikke kan opnå en for virksomheden nødvendig licens, hvis han går konkurs eller kommer i anden betalingsstandsningssituation, eller hvis opløsning af et interessentskab, på hvilket forhandlervirksomheden er baseret, indtræffer. I øvrigt er det vekslende fra selskab til selskab, hvilke opsigelsesgrunde der er forbundet med et varsel på 90 dage eller kan medføre uvarslet opsigelse. Ford har i enkelte tilfælde indført et 30-dages varsel (f.eks. i den situation, hvor selskabet ønsker at ændre samtlige forhandlerkontrakter).

I Vesteuropa og Danmark, hvor bestemmelser om ubegrundet opsigelse – som ovenfor nævnt – i modsætning til USA stadig er udbredte, må der skelnes mellem varslerne i sådanne opsigelsessituationer, og varslerne i forbindelse med opsigelse i medfør af en af de særlige opsigelsesbestemmelser. Det er den altovervejende hovedregel, at de særligt opregnede opsigelsesbestemmelser begrundes uvarslet opsigelse – et faktum, der dog sikkert må ses i sammenhæng med den forskel i omfang og detaljerighed, der hersker mellem de amerikanske og de europæiske særlige opsigelsesbestemmelser; de europæiske kontrakter indeholder i forhold til de amerikanske kun ganske få særlige opsigelsesgrunde. En undtagelse fra denne hovedregel er f.eks. Volvo i Sverige, der giver 6 måneders varsel ved opsigelse på grund af et salgsgennemsnit, der gennem 4 på hinanden følgende måneder ligger under 90 % af det samlede årsgennemsnit, og Opel i Tyskland, der ved misligholdelse af kontrakten og forhandlerens død eller uarbejdsdygtighed kun kan opsiges med 3 måneders varsel.

En ubegrundet opsigelse synes i de vesteuropæiske og danske kontrakter at være betinget af varsler, der – uden sammenhæng med kontraktens nationale tilhørsforhold – falder i 3 hovedgrupper.

- 1) Opsigelse med kort (0–4 måneder) varsel (uden termin).
- 2) Opsigelse med langt (6–12 måneder) varsel (uden termin).
- 3) Opsigelse med (kort) varsel til en årlig termin, (heri er også indbefattet de kontrakter, hvis varighed er begrænset til ét år, men som automatisk uden nogen form for bekræftelse fornyes, med mindre parterne med et vist varsel tilkendegiver, at forholdet ikke ønskes fornyet).

Kontraktsbestemmelser om opsigelse med kort varsel uden termin er sjældne, men ses dog undertiden anvendt (f. eks. kan Renaults danske forhandler til enhver tid opsiges med 30 dages varsel). Noget oftere forekommer det, at sådanne bestemmelser optræder alternativt, således at selskabet opretholder to mulige kontraktstyper, mellem hvilke forhandleren principielt kan vælge – f. eks. har General Motors i Sverige formuleret sin forhandlerkontrakt således, at den ved selve indgåelsen kan bringes til at løbe en vis nærmere fastsat periode, men hvis en sådan aftale om løbetiden ikke indgås, udløses dermed en beføjelse for fabrikanten til at opsiges med 3 måneders varsel til enhver tid. Visse kontrakter indeholder også bestemmelser om opsigelse med kort varsel alternerende med opsigelsesbestemmelser med langt varsel – f. eks. har Volvo i Danmark sat det til enhver tid gældende opsigelsesvarsel i forhold til forhandlerens anciennitet, således at det kan variere mellem 3 og 12 måneder.

Såvel bestemmelser om langt opsigelsesvarsel uden termin som bestemmelser om kort varsel, men til en årlig termin er ret hyppigt anvendt i Vesteuropa og Danmark. Enkelte firmaer opstiller i kontrakterne begge muligheder, således at valg af opsigelsesvarsel er udskudt, til selve opsigelsen finder sted – f. eks. Scania Diesel i Danmark, hvor kontrakten med 3 måneders varsel til en årlig termin kan bringes til ophør, men i øvrigt med 6 måneders varsel til et hvilket som helst tidspunkt.

Om gruppe 3) – kontrakter, der giver adgang til at opsiges med kort varsel til en årlig termin – kan det særligt siges, at den tidsbegrænsede kontrakt med automatisk fornyelse hvert år, tilsyneladende er foretrukket af de fleste fabrikanter/importører. Den almindelige længde af opsigelsesvarslerne er 3 måneder; dog har f. eks. Volkswagen i Danmark et opsigelsesvarsel på 6 måneder til en første januar.

C. Kontrakternes løbetid

Spørgsmålet om opsigelsesgrunde, opsigelsesvarsel og kontraktens løbetid er i høj grad sammenhængende. Erfaringen viser f. eks., at

hvor bestemmelser, der giver fabrikanten/importøren adgang til – med kortere eller længere varsel – at opsige forhandleren uden særlig begrundelse, vinder udbredelse, vil kontraktens løbetid som regel samtidigt forlænges, og vice versa. Det er tillige i det foregående afsnit omtalt, hvorledes korte opsigelsesvarsler oftest modsvares af længere løbetid, hvorimod en kortere løbetid ikke sjældent er forenet med et længere opsigelsesvarsel.

Peerless Motor Car Co.'s kontrakt af 1903 begrænsede kontraktsforholdets varighed til ét år, hvilket var den helt overvejende praksis i de første amerikanske forhandleraftaler. I perioden 1908–10 var ét-års kontrakter stadig ganske almindelige, men herefter begyndte denne type i nogen måde at vige i takt med udbredelsen af bestemmelserne om den ubegrundede opsigelse. I perioden 1910–20 kunne enkelte kontrakter, hvori såvel bestemmelser om et års løbetid som om adgang til ubegrundet opsigelse forenedes, dog forekomme (f. eks. Hudson Car Co.'s kontrakt af 1918). Som allerede nævnt var overgangen fra kontraktstyper med et års løbetid til bestemmelser om fabrikantens ubetingede opsigelsesret imidlertid i vidt omfang fuldbyrdet omkring 1920. Årsagerne til dette skift er for så vidt vanskeligere at udrede; man har anført tre muligheder:*)

- 1) Domstolene kunne tænkes at være mindre tilbøjelige til at fortolke kontraktens bestemmelser på en for fabrikanterne byrdefuld måde, hvis kontrakten fik ubegrænset løbetid;
- 2) forhandlerne ønskede øget sikkerhed for kontraktsforholdets fortløbende karakter, idet investeringskravene til de enkelte mærkeforhandlere begyndte at blive betydelige;
- 3) selskaberne ønskede muligvis at spare udgifterne ved »Resigning« af samtlige forhandlerkontrakter hvert år (dette sidste synspunkt kan muligvis også have været bærende for de selskaber, der har indført bestemmelser om automatisk fornyelse af de tidsbegrænsede kontrakter).

Udviklingen i bestemmelserne vedrørende forhandlerkontraktens løbetid i Vesteuropa – og Danmark – fulgt den for USA beskrevne, uden den ellers så karakteristiske forsinkelse. De første

*) Jfr. Hewitt, *Automobile Franchise Agreements*, 1956, p. 87.

årtiers behov for betydelig fleksibilitet i det samlede distributionsapparat udstrakt sig klart og hurtigt til også at omfatte den oversøiske del af de amerikanske selskabers forhandlerorganisation.

I dag gør visse forskelle mellem europæisk og amerikansk praksis på dette område sig imidlertid gældende. I Vesteuropa er de tidsbegrænsede kontrakter relativt fåtallige i forhold til de fortløbende kontrakter med ubetinget opsigelsesret. Dette forhold må antagelig ses i lyset af, at kontrakter, der med kort varsel kan opsiges til en årlig termin, er hyppigt forekommende i Europa, og det er vel nærmest en smagssag, om man ikke også vil henregne denne gruppe til de egentlige tidsbegrænsede kontrakter. Det er ikke ualmindeligt at fastlægge varigheden individuelt for den enkelte kontrakt eventuelt gennem en tillægsaftale (f. eks. British Motor Corp. i Sverige og Simca i Schweiz). Flere selskaber foretrækker dog at lade dette spørgsmål være løst ganske ens for samtlige kontraktens vedkommende (f. eks. Volkswagen i Schweiz og Opel i Tyskland).

Uanset om der er tale om bestemmelser, der åbner adgang for fabrikanten til ubetinget opsigelse, eller kontrakten har en meget kort løbetid (ét år), gives der gennem sådanne bestemmelser fabrikanterne et virksomt pressionsmiddel over for forhandlerne; den ubetingede opsigelsesret må dog formentlig i denne henseende anses for en anelse skærpet i forhold til ét-års kontrakterne. Dette synspunkt har tilsyneladende også været forhandlerne, hvilket bl. a. fremgik af en udtalelse fra 1955 af præsidenten for Nationale Automobile Dealers Association: »Det forekommer mig, at vort største problem er kontraktsklausulerne, som tillader opsigelse uden grund, vort næststørste problem er ét-års forhandlerkontrakten«. Efter anden verdenskrig vendte flere af de større amerikanske selskaber tilbage til den tidsbegrænsede kontrakt, hvilken form også i dag er den foretrukne, omend med en noget længere løbetid (der ofte aftales individuelt i den enkelte kontrakt) end i årene efter krigen. General Motors' reviderede forhandlerkontrakt af 1956 giver således forhandleren valget imellem ét- eller fem-årige kontrakter.

D. Annullering af ordrer m. v. ved opsigelse

Beskrivelsen af kontraktsbestemmelserne vedrørende opsigelsesvarsler ville være utilstrækkelig, dersom de særlige bestemmelser, hvorefter selskabets opsigelse øjeblikkeligt annullerer alle uopfyldte ordrer, ikke omtales. Gennem bestemmelser herom kan varselsklausulerne i stor udstrækning gøres praktisk betydningsløse. Annulleringsklausulerne kan således ses som en skærpelse af kontraktens øvrige opsigelsesbestemmelser.

De fleste amerikanske selskaber indførte omkring 1908–10 klausuler af denne art. I løbet af de følgende årtier blev sådanne bestemmelser stedse mere udbredte; f. eks. havde Ford i 1929 – men også forud herfor – en bestemmelse, hvorefter ordrer, som ikke var effektueret inden det tidspunkt, forhandleren modtog opsigelsen, automatisk annulleredes. General Motors optog i 1937 en lignende bestemmelse, hvorefter opsigelse af kontrakten automatisk annullerede alle ikke- effektuerede ordrer. Denne formulering har siden været den almindelige, og den genfindes også i dag i alle de amerikanske kontrakter. Oftest er det dog tillige bestemt, at fabrikanten skal gøre sit bedste – »use his best efforts« – for at levere i et omfang, der bestemmes på mere eller mindre detaljeret vis, f. eks. som svarende til de umiddelbart forudgående 90 dages kvota; det føjes dog ofte til, at sådan faktisk levering efter afgivelse af opsigelsesvarslet ikke er at betragte som et afkald på opsigelsen eller på anden måde som en fornyelse af kontrakten.

I Vesteuropa findes annulleringsbestemmelser af lignende indhold som de amerikanske i ret vidt omfang. – Klausuler, der pålægger fabrikanten/importøren at gøre sit bedste for at levere i et nærmere bestemt omfang, er dog ikke almindelige.

Enkelte kontrakter (f. eks. Volvo i Sverige) forpligter dog fabrikanten til at levere i det omfang, hvori forhandleren kan dokumentere, at han har forpligtet sig til videresalg. Andre europæiske fabrikanter og importører opstiller den øjeblikkelige opfyldelse af alle ikke-effektuerede ordrer som et for leverandøren muligt alternativ til annulation af ordrene.

Dansk kontraktspraksis afspejler på dette område forholdene i det øvrige Vesteuropa. Ikke alle kontrakter omtaler spørgsmålet. Nogle kontrakter optager en kort bestemmelse, ifølge hvilken alle

ikke-effektuerede ordrer automatisk annulleres. Andre modificerer en sådan hovedklausul med bestemmelser, hvori fabrikanten/importøren pålægges leveringspligt i et vist omfang; General Motors kombinerer eksempelvis de fleste tekniske modifikationsregler, idet selskabet ved ophør (1) i medfør af visse kontraktsbestemmelser (2) efter bedste evne vil levere forhandleren (3) automobiler (men altså ikke reservedele og tilbehør), (4) som er nødvendige til opfyldelsen af de af forhandleren dokumenterede salgsforpligtelser; (5) dog kun i et omfang, som svarer til, hvad forhandleren har modtaget i de seneste tre måneder før opsigelsesdagen.

E. Konklusion

Det er nu muligt at vurdere fabrikanten/importørens adgang til at bringe kontraktsforholdet til ophør, og hans mulighed for at udnytte denne adgang, såvel som pressionsmiddel over for forhandleren i dennes salgs- og servicearbejde, som i hans bestræbelser for at reducere sin egen risiko i kontraktsforholdet til et minimum. Et mønster dannes af kontrakternes bestemmelser om selve den materielle betingelse for opsigelsen (ingen betingelser, svævende kriterier, generalklausuler eller særligt opregnede grunde), om den hurtighed, hvormed forholdet kan bringes til ophør (varselsbestemmelser og klausuler om løbetid), samt om den skærpede effektivitet, der ligger i opsigelsens meddelelse (bestemmelser om annullering af ikke-effektuerede ordrer).

Hewitt fremhæver*), »at forhandleren sædvanligvis er nødt til nøje at foretage de af fabrikanten forlangte investeringer, og at fabrikanten har opsigelsesklausulerne som den legale og økonomiske løftestang, hvormed han kan sørge for, at hans anvisninger bliver udført«. Motor Vehicle Report giver følgende karakteristik**): »Nogle forhandlere har rapporteret, at de under truslen om og frygten for opsigelse har følt sig tvunget til at drive deres forretning på en sådan måde, at deres fortjeneste

*) Automobile Franchise Agreements, 1956, p. 55.

**) The Motor Vehicle Report, 1939, p. 188 og 1067.

svandt ind til intet, og selv deres investeringer i høj grad blev bortødet. Alle fabrikanter udnytter i større eller mindre udstrækning denne frygt, når lejligheden byder sig, og tøver ikke med at opsigse forhandlere, som ikke opnår det ønskede salg. I mange tilfælde er opsigelsen blevet udsat i en længere periode, gennem hvilken fabrikanten har bestræbt sig på at få forhandleren til at revidere sin forretningsførelse og forøge omfanget af sit salg i den ønskede udstrækning. Gennem en sådan periode er frygten for den endelige opsigelse stedse nærværende for forhandleren. Forhandlere karakteriserer disse bestræbelser som pression; fabrikanterne som hjælpeaktioner for forhandlerne«.

Fra forhandlerside har man overmåde ofte understreget, hvor megen vægt man lægger på, at kontraktsforholdet har en virkelig og reel fortløbende karakter. Den amerikanske forhandlerorganisation (NADA) præsidents udtalelser om dette spørgsmål er refereret ovenfor; det i begyndelsen af 1950'erne i USA nedsatte udvalg, bestående af forhandlere af 17 forskellige bilmærker, satte som hovedpunkter på udvalgets program, at kontrakten skal være fortløbende og enhver klausul, indeholdende ret til opsigelse uden grund, skal fjernes.

Danmarks Automobil-Forhandler-Forening tilkendegav i slutningen af 1950'erne over for Monopoltilsynet, at spørgsmålet om kontraktens varighed og opsigelsesvarslet var det væsentlige for forhandlerne. Man ønsker, at forretningsforholdet skal fortsætte uafbrudt, så længe der ikke foreligger nogen sagligt acceptabel og rimelig grund til, at det ophæves; og under alle omstændigheder bør kontrakten løbe, indtil der er forløbet en passende og langvarig opsigelsesfrist, der levner forhandleren tid til at påbegynde anden virksomhed og afvikle forholdet til medarbejdere, kunder og forretningsforbindelser på rolig måde.

Den i 1961 i Lissabon vedtagne forhandlerresolution berører spørgsmålet (§ 2) med kravet om, at »alle forhandlerkontrakter bør indeholde bestemmelser om kontraktsforholdets fortsættelse, der er antagelige for begge parter«.

Det fremgår således med al tydelighed, at kontrakternes opsigelsesklausuler – hvor sådanne bestemmelser kan danne udgangspunkt for fabrikantens/importørens pression over for forhandleren – synes at være af højst kontroversiel karakter. Netop disse

bestemmelser bidrager dermed i særlig grad til at understrege billedet af forhandlerkontrakten som en aftale, der i alt væsentligt dikteres af den ene aftalepartner.

KAPITEL 6 *Sammenhæng mellem visse kontraktbestemmelser forekomst*

A. Generelt

Umiddelbart synes adskillige klausulers sammenhængende forekomst i kontrakterne at påkalde megen interesse. I dette afsnit er der kun redegjort for visse bestemmelser parvise forbindelse. – Det må dog understreges, at den enkelte kontrakt kun kan vurderes nøjagtigt gennem betragtning af alle de væsentlige bestemmelser i deres indbyrdes samspil.

Nogle, tilsyneladende naturlige, sammenhænge er i virkeligheden interesseløse på grund af det særlige ulige forhold mellem parterne; eksempelvis kan nævnes den *gensidige* adgang til opsigelse af forholdet – forhandlernes gennemsnitlige interesse i at kunne bringe kontrakten til ophør er i forhold til leverandørernes samme interesse aldeles forsvindende.

Visse sammenhænge kan imidlertid naturligt fremdrages som særligt væsentlige.

B. 1. Lagerkrav – godtgørelse ved prisnedsættelser

Det nedenstående skema rummer følgende inddeling:

Gruppe 1: Kontrakter med klausuler om såvel en pligt for forhandleren til at opretholde et vist nærmere angivet lager som en pligt for leverandøren til at yde en reel godtgørelse for lagerets formindskede værdi i tilfælde af prisnedsættelse.

Gruppe 2: Kontrakter, der ikke indeholder bestemmelser om lagerkrav eller om godtgørelsespligt.

Gruppe 3: Kontrakter, der omfatter klausuler om lagerkrav, men ikke om godtgørelsespligt.

Gruppe 4: Kontrakter, hvorefter leverandøren ikke stiller krav om lager, men alligevel påtager sig at yde godtgørelse for det mulige lagers forringede værd.

	<i>Danmark</i>	<i>Vesteuropa</i>	<i>USA</i>
Gruppe 1 (+ +)	45 %	65 %	50 %
Gruppe 2 (÷ ÷)	10 %	5 %	
Gruppe 3 (+ ÷)	35 %	25 %	
Gruppe 4 (÷ +)	10 %	5 %	50 %

Det bemærkes, at procentangivelserne er beregnet på grundlag af et materiale, der ikke i enhver henseende kan regnes for udtømmende – omend nok repræsentativt. Der henvises i øvrigt til det i undersøgelsens indledning herom anførte. – Kolonnen: Vesteuropa, indbefatter ikke Danmark.

Det kan fremhæves, at de amerikanske selskabers europæiske og danske kontrakter fortrinsvis er at finde i gruppe 1. I USA tilhører Ford og American Motors gruppe 1, mens General Motors og Chrysler Corp. omfattes af gruppe 4.

For forhandlerne må gruppe 4's ordning anses for den gunstigste, efterfulgt af gruppe 1 og 2; gruppe 3 er klart den for forhandlerne mest ufordelagtige. Det er på baggrund heraf bemærkelsesværdigt, at summen af de to gunstigste grupper (4 og 1) i USA er 100 %, i Vesteuropa 70 %, og i Danmark 55 %.

2. Krav om salgsfaciliteter, udstyr etc. – tilbagekøbspligt af samme ved ophør

Dette punkt kalder ikke på nogen statistisk oversigt. Næsten alle selskaber stiller betydelige – omend vekslende – krav til

forhandlerne om opretholdelse af et udstrakt salgs- og service-apparat.*) Meget få af de europæiske, men alle de større amerikanske, leverandører har i kontrakten forpligtet sig til tilbagekøb – eller betydelig hjælp ved afsætning og udlejning – af det pågældende apparat.**)

3. Eneforhandling – eksklusivrepræsentation

Med dette spørgsmål er der i hovedsagen gjort op i kapitel 4, C.

I Vesteuropa fordeler kontrakterne sig i store træk således:

Kontrakter, der indeholder:

Både eneforhandling og eksklusivrepræsentation: 50 %

Ingen af delene: 5 %

Ingen eneforhandlingsret, men en pligt til eksklusivrepræsentation: 45 %

Det bemærkes,***) at kontrakternes bestemmelser om forhandlerens pligt til at opretholde eksklusivrepræsentation ikke altid – især ikke for de mindre selskabers vedkommende – praktiseres efter deres ordlyd: dispensation gives i et ikke ubetydeligt omfang.

Som allerede fremhævet, rummer de amerikanske kontrakter – til dels af historisk betingede årsager – hverken eneforhandlings- eller eksklusivklausuler.

4. Sikring af fabrikantens good-will – godtgørelse for den af forhandleren (til fordel for fabrikanten) oparbejdede good-will

Herom kan henvises til kapitel 2.****) Det fremgår ganske enkelt, at godtgørelsesbestemmelser til fordel for forhandleren i denne henseende overhovedet ikke findes – med undtagelse af et muligt tilløb i General Motor's amerikanske kontrakt. Visse (omend ikke

*) Jfr. p. 17 ff.

**) Jfr. p. 48 ff.

***) Jfr. p. 25 ff.

****) P. 40.

mange) fabrikanter sikrer gennem særlige kontraktsklausuler, at den til fordel for deres produkt oparbejdede good-will ved forholdets ophør overgår ubeskåret til leverandøren eller den nye forhandler.

5. Forhandlerens aftagepligt – leverandørens leveringspligt

Ved manglende leveringspligt for leverandøren forstås i det efterfølgende, at leverandøren frit kan overveje og afslå enhver indgivet ordre fra forhandleren.*)

Gruppe 1: omfatter de kontrakter, der indeholder bestemmelser om såvel aftagepligt som leveringspligt.

Gruppe 2: rummer de kontrakter, der hverken pålægger aftagepligt eller leveringsret.

Gruppe 3: omfatter de kontrakter, der indeholder en aftagepligt for forhandleren, men en manglende leveringspligt for leverandøren.

Gruppe 4: indbefatter de kontrakter, hvorefter forhandleren ikke har nogen egentlig pligt til at aftage, men leverandøren dog i kontrakten har påtaget sig en pligt til at levere efter ordre.

	<i>Danmark</i>	<i>Vesteuropa</i>	<i>USA</i>
Gruppe 1 (+ +)		10 %	50 %
Gruppe 2 (÷ ÷)	35 %	30 %	50 %
Gruppe 3 (+ ÷)	35 %	55 %	
Gruppe 4 (÷ +)	30 %	5 %	

Hvis man antager, at grupperne 1, 2 og 4 alle udgør rimelige ordninger for forhandleren – hvoraf gruppe 4 endog må regnes for højst fordelagtig – vil man se, at danske forhandlere på dette

* Jfr. p. 76, c^o og d^o.

område synes at være gunstigt stillet i forhold til det øvrige vest-europæiske marked. Summen af grupperne 4, 1 og 2 udgør i USA 100 %, i Vesteuropa 45 % og i Danmark 65 %. – De amerikanske selskabers europæiske kontrakter falder, bemærkelsesværdigt nok, fortrinsvis i gruppe 3.

Andet afsnit

Automobilforhandlerkontraktens retlige vurdering

Målsætningen for denne del af undersøgelsen er at søge besvarelsen af spørgsmålet: Efter hvilke retsregler og ved hvilke retsmidler skal automobilforhandlerkontrakterne bedømmes?

I kapitel VII drøftes nærmere, i hvilket omfang eksisterende retsregler kan anvendes i medfør af en bestemt retlig karakteristik af den *kontraktstype*, der sædvanligvis konstitueres gennem automobilforhandlerkontrakterne. Afsnittet tager således sigte på at placere automobilforhandlerkontrakten i forhold til kendte retlige begreber som køb, kommission, agentur etc.

Kapitel VIII berører spørgsmålet om de ledende fortolkningsprincipper, der bør lægges til grund ved bedømmelse af den konkrete automobilforhandlerkontrakt. Dette afsnit beskæftiger sig med kontraktens valør som *typekontrakter* og derigennem med deres stilling i forhold til hele problematikken omkring fortolkning af adhæsions-kontrakter i almindelighed.

Kapitel IX rummer en omtale af samfundets interesser i forholdets regulering. Endelig søges i kapitel X hovedspørgsmålet belyst ved en gennemgang af de forskellige muligheder for at foretage en udefra kommende regulering – gennem lovgivning (f. eks. ufravigelig lovbestemmelser, aftaleretlige generalklausuler, monopollovgivning, deklaratoriske udfyldningsregler), domstolsjustering, krav om administrativ godkendelse, krav om oprettelse og anvendelse af »agreed documents« etc. I forbindelse hermed opregnes endvidere den eller de fremgangsmåder, der følges i hvert enkelt af de vesteuropæiske lande og USA – forudsat at en bestemt holdning over for problemet overhovedet kan påpeges.

A. Kontraktens umiddelbare og middelbare indhold

Som det vil være fremgået af undersøgelsens første del, er automobilforhandlerkontrakterne langt fra af ensartet indhold. På så at sige alle de punkter, hvor en hovedregel for kontraktspraksis er søgt opstillet, må hovedreglen ledsages af undtagelser og modifikationer. Ofte har praksis været af en indbyrdes så afvigende karakter, at to eller flere hovedgrupper har måttet opstilles med lige vægt.

For de amerikanske kontrakters vedkommende hersker der dog en udstrakt ensartethed; og da amerikansk praksis på automobilforhandlerkontrakternes område hidtil har haft en ganske betydelig indflydelse på udformningen af de europæiske kontrakter, ligger det nær at antage, at en mere udbredt enhed efterhånden vil manifestere sig også i europæisk praksis. Den omfattende internationale forhandler-sammenslutnings arbejde støtter også denne formodning.

Forud for en nærmere undersøgelse af spørgsmålet om automobilforhandlerkontraktens rette klassifikation, er det imidlertid nødvendigt at påpege, hvorledes den sædvanlige kontrakt indeholder to grupper af bestemmelser, der i deres effekt er væsensforskellige.

En række bestemmelser får *umiddelbart forpligtende virkning* allerede fra kontraktens oprettelse. Dette sker således i henseende til 1) forhandlerens pligt til at oprette et vist salgsapparat – dette udtryk taget i videste forstand – under en nærmere angivet kontrol af leverandøren, 2) forhandlerens pligt til at fremsætte tilbud (ordrer) eventuelt i et bestemt mindsteomfang og til bestemte terminer og 3) leverandørens overdragelse af en salgsret (mulig enesalgsret) til forhandleren.

En anden gruppe bestemmelser regulerer en række *fremtidige* – *middelbare* – *forhold*, nemlig den serie af overdragelser af varer fra leverandør til forhandler, som forventes, men om hvilke leverandøren som oftest intet bindende løfte har afgivet. Denne kategori kan således betegnes som betingede bestemmelser. Om de er udtryk for en reel forpligtelse fra leverandørens side er bl. a. afhængigt af, om der er taget forbehold for enhver leveringspligt i et sådant omfang, at spørgsmålet om levering i de enkelte tilfælde kan siges at være undergivet leverandørens vilkårlige beslutning.*)

De sidstnævnte bestemmelser, suppleret med de under 2) nævnte om forhandlerens pligt til at afgive ordrer, kan for så vidt siges at konstituere en art embryonær – eller muligvis betinget – aftale mellem kontraktspartnere. Den fuldbårne aftale er hver enkelt af den forventede serie af standardiserede overdragelser af varer fra leverandør til forhandler; reglerne for afgivelse af ordrer og alle afgørende bestemmelser om overdragelsens nærmere afvikling og virkninger er som regel fastsat i kontrakten. Hvad der mangler, er blot selve ordren og leverandørens *akcept* – det moment, der således udløser hver enkelt af de i forhandlerkontrakten nærmere beskrevne overdragelser. Enhver af de bestemmelser, der konstituerer den såkaldte embryonære aftale, må i sig selv bedømmes, som var den led i en endelig aftale af det tilsigtede indhold. Disse bestemmelser kaldes derfor i det følgende – under ét – for »den afledede aftale«. I modsætning hertil benævnes bestemmelserne om oprettelsen af salgsapparat og om overdragelsen af salgsretten »den umiddelbare aftale«.

I den typemæssige bedømmelse af en aftale, der – som automobilforhandlerkontrakten – ikke automatisk lader sig indordne under en bestemt given kontraktstype, foreligger der principielt tre væsensforskellige muligheder. Man kan efter en nøjere analyse af aftalens indhold nå til den opfattelse, at den alligevel lader sig henføre til en af de »klassiske« kontraktstyper; en sådan opfattelse kan eventuelt nås gennem betragtninger over, hvad der må regnes for kontraktens *væsentlige præstation*. De klassiske typer,

* Jfr. herved kapitel III, p. 68, Ussing: Aftaler, 1955, p. 34, Kobbernagel: Forhandlerkonsignation, 1949, p. 52.

der må formodes at være af interesse, er kontrakter om køb, kommission (eventuelt konsignation) samt agentur.

Man kan også søge at opspalte aftalen i to eller flere selvstændige aftaler, der hver for sig besidder et klart tilhørsforhold til det bestående system.

Endelig kan man vælge at karakterisere den foreliggende aftale som en i sig selv værende ganske særpræget aftale, en aftale *sui generis*, og dermed en nydannelse i aftaletypernes systematik.

I de efterfølgende afsnit (B, C og D) er disse muligheder søgt belyst.

B. Enhedsopfattelse af kontrakten

1. Forud for undersøgelsen af en række spørgsmål i forbindelse med vurderingen af automobilforhandlerkontraktens tilhørsforhold i henseende til den traditionelle juridiske systematik, er det naturligt at opstille en vis *begrebsmæssig identifikation af de relevante kontraktstyper*. Det må bemærkes, at der ikke tilstræbes en opregning af definitiv karakter for hver enkelt type, men snarere en angivelse af, hvad der almindeligvis forstås ved indholdet af en type med den pågældende betegnelse. Der er i denne forbindelse lagt vægt på, at såvel den angelsaksiske, den nordiske som den kontinentale sædvanlige opfattelse af begreberne i hovedtræk dækkes af den anførte opregnings indhold.

Salg og køb. Herved forstås den gensidigt bebyrdende aftale om overdragelse af et formuegode imod vederlag i penge. – Jfr. Ussing: Køb, 1967, p. 1; Almén: Om köp och byte av lös egendom, 1960, p. 12; Sale of Goods Act, section 1; Uniform Sales Act, section 1.

Salgskommission. Det forhold, at en person (salgskommissionæren) påtager sig at sælge varer (eller andet) i eget navn og for en andens (kommittenten) regning. – Jfr. Kommissionsloven § 4; om vesteuropæisk opfattelse, Lando: Agenten og Eneforhandleren i vesteuropæisk ret, 1965, p. 8; om amerikansk, tysk og fransk opfattelse, Kobbernagel op.cit., p. 45. – Om konsignation jfr. nærmere p. 111.

Handelsagent. Det forhold, at en person virker for afsætning af en andens varer (gennem optagelse af købetilbud eller) gennem

salg i agenturgiverens navn, for hans regning og under hans kontrol, uden at være direkte ansat i hans tjeneste. I forpligtelsen til at »virke for afsætning« indregnes sædvanligvis en række særlige forpligtelser, såsom informationspligt, loyalitetspligt, undertiden en pligt til »eksklusiv« virksomhed etc. – Jfr. for vesteuropæisk rets vedkommende, Lando op.cit., p. 8; endvidere Bowstead, On agency, 12. udg., 1959, p. 1; Restatement, Second, Agency § 1.

2. *Sammenligning.* Denne skitse-mæssige angivelse af de traditionelle kontraktstyper viser, at automobilforhandlerkontrakten indeholder elementer, der peger på samtlige kontraktstyper uden at gøre valget af en enkelt kontraktstype særligt tvingende.

Automobilforhandlerkontrakten er således – som enhver købeaftale – gensidig i den forstand, at begge parter påtager sig byrder for derved at opnå fordele. Den hidtidige analyse har imidlertid vist, at byrder og fordele i virkeligheden er meget ulige fordelt, og at det i nogle tilfælde er vanskeligt at tale om en gensidig præstationspligt. Amerikansk praksis kan således indtil midten af 1930'erne opvise eksempler på, at der i forhandlerkontrakterne har foreligget »lack of mutuality«. Men modsatte afgørelser kan også citeres fra samme periode.

Betragtes den direkte relation mellem leverandør og forhandler – det der foran er betegnet som den umiddelbare aftale – må det konstateres, at der i denne relation ikke som ved køb er tale om et vederlag i penge. Forhandleren opnår en (ene)ret til at sælge visse biler og påtager sig til gengæld at virke for leverandørens salgsinteresser i et vist omfang og med bestemt angivne midler.

Også i spørgsmålet om den økonomiske risiko afviger automobilforhandlerkontrakten fra den typiske købeaftale. Forhandlerens indkøbspris er fastsat og detailprisen vil også som oftest være fikseret, eller dog maksimeret. Ikke sjældent er forhandlerens vederlag endog bestemt som en rabatsats i forhold til detailprisen. På den anden side er forhandleren i nogen grad herre over udgifter til salgs- og servicevirksomhed, således at den økonomiske chance – og risiko – i sin væsentligste realitet hviler hos forhandleren. Visse historiske træk i den økonomiske udvikling i USA kan siges at støtte denne opfattelse. I samme retning taler

den svingende og begrænsede forekomst af bestemmelser om godtgørelse i tilfælde af nedsættelse af detailprisen. I modsætning til kommissionsforhold må forhandleren betragtes som handlende for egen regning. Endeligt kan det anføres, at automobilforhandlerkontrakten i sin typiske form indeholder væsentlige spor af et normalt agentforhold.

Indeholdet af den umiddelbare aftales forpligtelser for forhandleren vil således som regel omfatte en række af de typiske agentpligter, såsom: salgspflicht, informationspligt, loyalitetspligt og pligt til ikke at drive agentur for konkurrerende selskaber.**) Med Hewitt kunne man for så vidt sige, at det netop er forhandlerens (umiddelbare) forpligtelser, der giver hans stilling agentpræget. Hertil kommer, at forhandleren på en række afgørende områder er undergivet leverandørens kontrol.

I forhandlerens dispositioner i medfør af den afledede aftale er han imidlertid i hovedsagen ikke undergivet agentlignende forpligtelser. I visse kontrakter består der dog en informationspligt i dette forhold, idet forhandleren skal foretage nøje indberetninger om det enkelte salg.

3. Er det, efter det nu anførte, muligt klart at *henføre automobilforhandlerkontrakten til en bestemt af de tre anførte kontrakts typer?*

At opfatte forholdet som en ren sælger/køber-relation er formentlig den almindeligste fremgangsmåde. Talrige udtalelser fra såvel leverandører som forhandlere tyder endvidere på, at en sådan synsmåde er almindelig blandt parterne. I flere kontrakter tilkendegives det tilmed – direkte eller indirekte – at parterne betragter forholdet som relation mellem køber og sælger. Den vægt, der bør tillægges sådanne bestemmelser, må udmåles gennem de almindelige betragtninger om adhæsionskontrakters fortolkning.***) Imidlertid må det her fastholdes, at en mulig formel angivelse i kontrakterne af, at parterne ønsker denne eller hin retlige klassifi-

*) Denne sidste forpligtelse regnes dog kun til de sædvanlige agentpligter i visse lande, bl. a. Tyskland, Nederlandene, Frankrig og Italien, jfr. Lando op. cit., p. 15 ff.

**) Jfr. p. 119.

kation anvendt, ikke kan være bindende, såfremt kontraktens materielt regulerende bestemmelser ikke modsvarer den formelle klausul. At betragte »ikke agent«-klausulerne som endegyldige argumenter imod en antagelse af principal/agent-relation som den rette kontraktstype må afvises ud fra den samme betragtning, navnlig fordi en sådan klausul kan være motiveret af forholdet til trediemand, f. eks. derved at leverandøren ønsker at afvise forpligtelser, som forhandleren måtte have påtaget sig. Imod en køber/sælger-opfattelse kan anføres: at vederlaget i den umiddelbare kontrakt ikke består af penge; at forhandleren i det umiddelbare kontraktsforhold for en del handler i leverandørens primære interesse; og at en sådan klassifikation i bedste fald må anses for ganske utilstrækkelig under hensyn til, hvad der ovenfor er fremhævet om den umiddelbare kontrakts indhold.

Den typiske forhandlerkontrakt kunne for så vidt minde om en konsignationsaftale. Umiddelbart ville man være tilbøjelig til at anføre den ejendomsretlige overgang som en hindrende omstændighed; men den modifikation, der markeres af leverandørens ofte forbeholdte ret til genkøb af usolgte vogne til listepreisen i tilfælde af forholdets ophør (jfr. foran p. 48) kunne formentlig nok udstrækkes i en sådan grad, at konsignations-klassifikationen opnåede tilstrækkelig adækvans. Imidlertid hersker der nogen uenighed om, hvilke af konsignationens typisk forekommende rettigheder og pligter, der bør tildeles status som afgørende retlige skelnemærker – nogle opfatter således konsignationen som en form for salgskommission, nogle som køb og andre som en fra disse typer forskellig mellemform.*) Ifølge von Eyben**) er konsignationsbetegnelsen inden for samme kontraktsforhold anvendelig i vekslende grad alt efter hvilken retlig situation, der måtte foreligge. I henseende til dette afsnits formål er det derfor lidet hensigtsmæssigt at anvende en typebetegnelse som konsignation, der afgiver så få klare holdepunkter for videre betragtninger over, hvad der må anses for at være gældende ret i forholdet mellem vareleverandør og forhandler.

*) Jfr. Ussing: Ugeskrift for Retsvæsen, 1923 B, p. 161 ff; Illum: Ejendomsforbehold, 1946, p. 37, og Kobbernagel op. cit., p. 141.

**) Jfr. Formuerettigheder, 1963, p. 216 ff.

Imod en klassifikation af forhandlertaalen som et handels-agentur kan især fremhæves, at forhandleren – i hvert fald i den afledede aftale – handler i egen navn, og at forhandleren – i dispositioner i medfør af den afledede aftale: fuldt ud, og i medfør af den umiddelbare aftale: til en vis grad – primært handler i sin egen interesse.

Det synes således, som om en klar opfattelse af forhandlerkontrakten som hørende til en af de bestående kontraktstyper er vanskelig at fastholde. På den anden side er det givet, at forhandlerkontrakten på mange måder står de tre anførte kontraktstyper overmåde nær. Man kunne derfor stille det spørgsmål, om ikke det dog skulle være muligt og hensigtsmæssigt alligevel at subsumere kontrakten under en af de tre typer og undertrykke de med denne type uforenelige kontraktsforhold.**) En sådan fremgangsmåde ses ikke sjældent anvendt i praksis, og den rummer den generelle fordel, at antallet af kontraktstyper holdes begrænset, hvorved større overskuelighed over og sikkerhed om den gældende retstilstand opnås.

Imidlertid synes denne holdning at støde på meget betydelige vanskeligheder, når den søges indtaget over for automobilforhandlerkontrakterne. Som anført af Sundberg**) er det en nødvendig forudsætning for en sådan fremgangsmåde, at man kan pege på en bestemt præstation, der må anses for den væsentlige i kontraktsforholdet. Betragter man nu dette spørgsmål med parternes øjne, er det imidlertid troligt, at divergerende opfattelser af kontraktens væsentlige præstation vil fremtræde. For det første må det antages, at fabrikanten anser forhandlerens salgsfremmende foranstaltninger (taget i videste forstand) for en væsentlig ydelse. Her over for lægger forhandleren overordentlig vægt på overdragelsen af en nærmere bestemt salgsret. Forholdt nu disse to præstationer sig eksklusivt som ydelse og modydelse kunne man formentlig nok tale om, i det mindste én, af forholdets væsentlige præstationer. Selv om det forholdt sig således, var det imidlertid ikke tilstrækkeligt, idet den ovenfor skitserede fremgangsmåde netop forudsætter, at der kun er tale om én væsentlig gensidig præstationsart

*) Jfr. Sundberg, Svensk Juristtidning, 1961, p. 27.

**) Op. cit., p. 28 ff.

i kontraktsforholdet. Endvidere kan de to præstationer ikke antages at forholde sig eksklusivt til hinanden, idet forhandleren som oftest vil anse ikke alene den umiddelbare overdragelse af salgsretten, men også udsigten til faktiske leverancer som essentielle dele af leverandørens ydelse.

Med hensyn til de kontraktsbestemmelser, der konstituerer den såkaldte embryonære aftale om fremtidig overdragelse af biler, foreligger der også en vis atypisk opspaltning af parternes interesseobjekter. Sædvanlige købeaftaler vil i reglen udspringe af sælgerens interesse i 1^o) at opnå et krav på at køberen skal aftage, og 2^o) at køberen faktisk aftager; endvidere af køberens modsvarende interesse i 3^o) at opnå et krav på at sælgeren skal levere, og 4^o) at sælgeren faktisk leverer.

Således som de fleste automobilforhandlerkontrakter er formuleret – med forbehold for forhandlerens pligt til at aftage*) – synes leverandørens interesse i *aftagekravet* (1^o) og forhandlerens interesse i den *faktiske* levering (4^o) at være fremherskende. Om denne atypiske opspaltning kan anføres som argument for parternes forskelligt rettede væsentlighedsforestillinger, er dog måske tvivlsomt, idet de to former for interesse muligvis kunne anses for modsvarende hinanden i en sådan grad, at en eksklusivitet – og dermed enhed – i præstationerne kan hævdes.

Det afgørende argument mod at opstille en gensidig præstation som kontraktens væsentlige bliver derfor dette, at det ikke med sikkerhed kan afgøres, hvorvidt begge parter anser den *ene* – og i bekræftende fald, da den *samme* – del af kontrakten (den umiddelbare eller den afledede aftales bestemmelser) for den væsentlige. – Måske lægger leverandøren hovedvægten på forhandlerens umiddelbare forpligtelser, mens forhandleren anser den faktiske overdragelse af vogne for afgørende. Eventuelt lægger forhandleren lige stor vægt på den faktiske overdragelse af vogne og på den beskyttende eneforhandlingsret. Og endelig understreger leverandøren muligvis de salgsfremmende foranstaltninger og selve den faktiske afsætning i lige høj grad. En kombination af de to sidstnævnte muligheder er vel i øvrigt den sædvanlige.

Betrægter man ikke forholdet med parternes øjne, men prøver

*) Jfr. kapitel 3, p. 68.

at bedømme det ud fra mere almene vurderingsnormer, støder man atter på vanskeligheder i forsøget på at udpege en bestemt – gensidig – præstation som den væsentligste. Synspunktet behøver ingen nærmere uddybning. Man behøver blot at forestille sig forholdet bedømt ud fra henholdsvis socialt eller økonomisk prægede målsætninger; væsentligheds-betragtninger ville da føre mod vidt forskellige dele af kontrakternes indhold.*)

Da det således ikke synes muligt at bringe de sædvanlige automobilforhandlerkontrakter i harmoni med nogen af de givne kontraktstyper, består der herefter to muligheder: Man kan opfatte kontrakten som en ny og særegen kontraktstype – en aftale *sui generis* (C) – eller man kan opspalte kontrakten i flere aftaler, der hver for sig kan henføres til det bestående system af kontraktstyper (D).

C. *Sui generis*

Der indtræffer selvsagt ingen praktiske vanskeligheder i subsumptionen af den givne kontraktstype under en *sui generis*-opfattelse. Problemet i dette afsnit er således udelukkende, om en argumentation af mere generel karakter for og imod betimeligheden af *sui generis*-betragtningen som helhed kan føre til at antage denne opfattelse i det aktuelle tilfælde.

For det første må det fastholdes, at samfundets dynamiske udvikling kan afføde et meget stærkt krav om helt nye kontraktstyper. – Hewitt udtrykker det med ordene: »Et uelastisk retssystem kan ikke med logik og retfærdighed beherske menneskelig aktivitet i et dynamisk samfund«.**)

For det andet har det spørgsmål været berørt, hvorvidt den sædvanlige automobilforhandlerkontrakt kan anses for en aftale i retlig forstand.***)

Leverandørens ret til i vilkårligt omfang at afslå levering kan siges at være et »*volò si volam*«, der berøver løftet dets rets-

*) Jfr. Sundberg op. cit., p. 29.

**) Automobile Franchise Agreements, 1956, p. 195.

***) Jfr. herved p. 106 ff.

virkning; flere amerikanske domme har givet udtryk for, at forhandlerdokumentet savnede karakter af aftale på grund af »ubestemthed«, hovedsagelig også ud fra betragtninger over fabrikantens manglende leveringspligt.^{*)} Et sådant spørgsmålstegn ved forhandlerforholdets hele karakter af en kontrakt kunne i høj grad opfattes som et argument til fordel for *sui generis*-betragtningen. Argumentationen svækkes dog noget, derved at den kun retter sig mod en del af forhandlerkontrakten – den afledede aftale – og ved at de anførte amerikanske præjudikater alle er af ældre dato.

Et tredje argument må anføres i *sui generis*-opfattelsens favør. Det kan undertiden være den eneste hensigtsmæssige og adækvate vej at gå, idet henførelsen af en problematisk kontrakt under en af de klassiske kontraktstyper ofte kan få uheldige, og utilsigtede, virkninger, såvel inden for den pågældende aftale som i en lang række andre kontraktsforhold. Kontrakter, der bevæger sig i grænseområdet mellem to klassiske typer, kan ligge hverandre ganske nær, men dog få højst forskellig behandling alene på baggrund af de mulige mindre afvigelser, der i den afgørende og meget fintmærkende afvejning har henført dem til hver sin type.

Imod *sui generis*-opfattelsen taler imidlertid med stor styrke den omstændighed, at antagelsen af en sådan opfattelse nemt kan føre til en uheldig og omfattende normuvished. En betydelig forvirring vil i en årelang periode herske omkring en lang række afgørende spørgsmål i forholdet. Sundberg fremhæver^{**)}, at denne effekt er særlig uheldig, hvor kontrakternes indhold vil få indflydelse på dispositionerne hos en trediemand, der ikke har medvirket ved kontraktens oprettelse; ganske det samme argument kan imidlertid hævdes – og endda med større styrke – hvor det er en af *parterne*, der ikke har haft synderlig indflydelse på udformningen af kontrakten, altså ved adhæsionskontrakter.

At skabe en helt ny kontraktstype er endvidere særlig farligt, hvor de beslægtede klassiske kontraktstyper er delvist reguleret gennem præceptiv lovgivning. Det kan da være særlig betænkeligt for domstolene og de øvrige retsanvendende myndigheder at an-

^{*)} F. eks. *Ford v. Kirkmyer Motor Co.*, 65 F. 2d 1001(4th Cir. 133).

^{**)} *Op. cit.*, p. 26.

tage klassifikationen *sui generis* og derigennem lade sig henvise til mulige analogier frem for en direkte subsumption.

Konklusionen af argumentationen for og imod *sui generis*-opfattelsen kan være vanskelig at drage. Når det her foretrækkes at afvise opfattelsen, skyldes det, at argumentet om normuvished synes tvingende. Det er allerede nævnt, at det gør sig gældende med særlig styrke i forbindelse med adhæsions-kontrakter; men yderligere et moment synes at understrege det i betydelig grad. Hvor det drejer sig om et område, der som automobilforhandlerkontrakterne er af så udpræget *praktisk* relevans, bør en øget sikkerhed og forudsigelighed i retsanvendelsen formentlig gives prioritet frem for den naturlige trang til at frembringe en systematisk klarhed, der udmærker sig ved knivskarpe sondringer og en i de mindste detaljer udciseleret profilering.

Såfremt det derfor på nogen måde er muligt at nå til en antagelig og klar løsning gennem en opspaltning af forhandlerkontrakten med henføring af de enkelte dele til bestående kontraktstyper, vil det være at foretrække fremfor en klassifikation *sui generis*.*)

D. Opspaltning i to aftaler

Det har været fremhævet,**) at en aftale kan være tvetydig på to måder. Dels kan hovedpræstationen i sig selv være af ensartet karakter, mens de accessoriske pligter har tilhørsforhold til indbyrdes forskellige eller en fra hovedpræstationen forskellig kontraktstype; og dels kan selve hovedpræstationen være af en sammensat karakter. At automobilforhandlerkontrakten tilhører den sidste gruppe fremgår af, at det som nævnt ikke er muligt at pege på en enkelt væsentlig præstation, og dermed en hovedpræstation. At vælge at forsøge en opspaltning af en sådan kontrakt rummer imidlertid den risiko, at det – som Sundberg udtrykker det – kan

*) Hewitt går ind for en *sui generis*-opfattelse af automobilforhandlerkontrakterne; jfr. op. cit., p. 204. Sundberg er generelt nærmest imod anvendelsen af *sui generis* og søger her bl. a. støtte hos Hammarskjöld, jfr. op. cit. p. 27.

**) Bl. a. af Sundberg op. cit., p. 27.

»medföra, att indbördes motstridiga principer komma att stå oförmedlat mot varandra, eller eljest at leda till ett ur praktisk synspunkt otjänligt resultat«. Tages udgangspunktet imidlertid i den under A anførte sondring mellem den umiddelbare og den afledede aftale – hvorved det erindres, at den afledede aftale også indeholder et umiddelbart element, forhandlerens forpligtelse til at afgive ordrer i et vist omfang – synes en sådan indbyrdes modstrid imidlertid at kunne undgås.

Det er påvist ovenfor, at den *afledede aftale* er gensidig, at der svares vederlag i penge, at ejendomsretten – med en mindre modifikation – overgår med overdragelsen, at forhandleren disponerer i sin egen primære interesse og nærmest for egen regning. Det ligger således nær at betragte denne aftale som et regulært *køb*. Selv om man må påstå, at købeaftalen er embryonær i den ovenfor angivne forstand, har dette dog ingen betydning i relation til den nærværende undersøgelses formål. Der foreligger en aftale om købers tilbud samt om en række regler, der nærmere skal regulere det forventede køb. Uanset, at sælgers akcept kræves for at udløse de aftalte bestemmelsers effekt, er det dog fuldt forsvareligt at klassificere denne gruppe under køb; bestemmelserne vil indgå uændrede i den fuldbårne købeaftale, og de må derfor også hver for sig eller i udsnit bedømmes ud fra den gældende retsopfattelse af almindeligt køb.

Den *umiddelbare aftale* er karakteriseret ved, at forhandleren til dels disponerer i leverandørens primære interesse, og delvis i hans navn, at forhandleren påtager sig en række typiske agentpligter, og at han i betydelig udstrækning er undergivet leverandørens kontrol i denne del af sin virksomhed; endvidere at leverandøren indrømmer forhandleren en mere eller mindre velbeskyttet ret til at formidle salget af biler inden for et bestemt område.

At subsumere den umiddelbare aftale under agent/principalforholdet ligger således nær. Som et vægtigt modargument kan det anføres, at forhandleren i den umiddelbare aftale disponerer for egen regning. I et sædvanligt agent-forhold kan handelsagenten imidlertid også tænkes at disponere for egen regning i henseende til de salgsfremmende foranstaltninger, uden at dette behøver at forrykke kontraktens naturlige typemæssige retstilhørsforhold. Det betydningsfulde i det almindelige agentforhold er, at agenten i

henseende til *afsætningen* af hver enkelt vare handler for principalens regning. Dette område er imidlertid i automobilforhandlerkontrakten udtaget af den umiddelbare aftale og henrykket til den afledede kontrakt. Men ganske de samme synspunkter gør sig gældende her som for den afledede købeaftales vedkommende; det blotte fravær af et enkelt led i agent-aftalen forrykker ikke det synspunkt, at de øvrige bestemmelser må bedømmes, som var de dele af en fuldbyrdet kontrakt mellem agent og principal. For såvel agent- som købeaftalens vedkommende må den reservation i betragtningerne naturligt gøres, at den gældende retsopfattelse af henholdsvis køb og handelsagentur (som den manifesterer sig gennem sædvanlige retskilder) kun er anvendelig i den udstrækning, en sådan anvendelse besidder faktisk relevans; i den her opregnede opfattelse er det selvsagt ikke tanken, at der skulle kunne søges støtte til – eksempelvis – en anvendelse af kommissionslovens provisionsregler eller samme lovs præceptive regler om selvindtræde, på forholdet mellem automobilforhandleren og hans leverandør. At afgøre hvilke regler og hvilken praksis, der er faktisk relevant, vil imidlertid næppe volde vanskeligheder.

Det bemærkes, at en række af automobilforhandlerkontrakternes sædvanlige bestemmelser om opsigelse, kontraktsfortolkning, til lægsaftaler etc. enten generelt eller mere specielt – og undertiden opspaltet – efter de pågældende bestemmelsers indhold knytter sig til hver enkelt af de to hovedaftaler og må vurderes i sammenhæng hermed.

Betydningen af den stedfundne analyse, der har ført til den konklusion, at automobilforhandlerkontrakten ikke retlig kan karakteriseres som et enten/eller, men at denne kontraktsform tværtimod bør klassificeres under forskellige af de traditionelle kontraktstyper, bør ikke overvurderes. En klassifikation ændrer naturligvis ikke gældende ret og påvirker i sig selv på ingen måde parternes retsstilling. Analysens resultat har imidlertid en klar og afgrænset betydning i to relationer. Den har for det første vist, at det argument for forståelsen af en kontraktsklausul, at der er tale om f.eks. en købeaftale eller f.eks. en agentkontrakt, ikke nødvendigvis er holdbar. Dette vil jo til syvende og sidst bero på den enkelte kontraktsklausuls indhold. Det er således ingeniørlunde sikkert, at reglen om kontraktsforholdets ophør juridisk skal vur-

deres efter de samme synspunkter som reglen om forhandlerens betaling for leverede biler. For det andet har analysen understreget visse typiske træk ved automobilforhandlerkontrakterne, hvilket i sig selv kan være af betydning for den konkrete juridiske fortolkning. Dette sidste vil blive nærmere diskuteret i det følgende kapitel.

KAPITEL 8 *Automobilforhandlerkontraktens fortolkning*

A. Generelt

I dette afsnit diskuteres spørgsmålet om, hvilken vægt der bør tillægges kontrakten som retskilde ved bedømmelsen af parternes indbyrdes retsstilling.

Udgangspunktet må være, at parterne er bundet af aftalen i den form og efter det indhold, hvormed den fremtræder.

Der kan formentlig næppe findes holdepunkter for nogen anden antagelse gennem betragtninger over læren om *begrundelsen* for løfters forpligtende kraft. Opfatter man denne forpligtelse som udsprunget af *hensynet til omsætningsmekanismen*,*) åbnes i hvert fald ingen mulighed for modificerende argumentation.

Det således fastholdte udgangspunkt – at parterne er bundet efter aftalens indhold – føles imidlertid ganske utilstrækkeligt, og betydelige modifikationer må foretages. – Det ligger nær, på baggrund af de senere års livlige diskussion om herhenhørende problemer, at stille det spørgsmål, om ikke automobilforhandlerkontrakten bør henregnes til de såkaldte adhæsionskontrakter.

Begrebet »contrat d'adhésion« opstilledes efter århundredeskiftet af en række franske forfattere med Saleilles**) i spidsen. Man forsøgte herved at udskille visse kontrakter, der gennem en særlig

*) Jfr. Ussing: Aftaler, 2. udg., p. 22 ff.

**) I »De la declaration de la volonté«, Paris, 1901.

tilblivelsesprocedure afviger noget fra det sædvanlige – liberalistiske – kontraktsbegreb. Karakteristisk for disse kontrakter er:

1) De er »standardiserede«; d.v.s. de er på forhånd konciperet og anvendes med et i hovedsagen ganske enslydende indhold i et stort antal forhold. Kontrakternes individuelle indhold indskrænker sig sædvanligvis til den kvantitetsmæssige fastsættelse af medkontrahentens (evt. begge parter) ydelser, som regel i penge. Enkelte andre vilkår kan være genstand for individuel udformning, men det er undtagelsen. Hovedreglen er, at kontrakten indeholder trykte »Faste vilkår«, der ikke lader sig fravige. Der gives ingen mulighed for forhandling om og tilpasning af de enkelte punkter; medkontrahenten har kun to muligheder: enten må han antage kontrakten præcis som den tilbydes ham, eller også må han lade helt være at gå ind i forholdet.

2) Den part, der har udformet kontrakten, vil – ifølge sagens natur – optræde som kontrahent i en lang række af sådanne kontraktsforhold. Medkontrahenten vil derimod typisk kun sjældent have anledning til at indtræde som part i en kontrakt på det pågældende område.

Adhæsionskontrakter kendes især fra visse former for gældsbreve, lejeforhold, funktionærkontrakter, forsikringskontrakter, entreprisekontrakter, befragtningsaftaler, salg af fast ejendom og salg af visse former for løsøre (bl. a. maskiner).*) Det er karakteristisk, at adhæsionskontrakterne er aftaler mellem parter, hvoraf medkontrahenten tilhører, hvad man kunne kalde »publikum«, de endelige konsumenter.

Adhæsionskontrakter stilles ofte i en vis modsætning til de såkaldte »agreed documents«. Herved forstås kontrakter af et standardiseret indhold, der er fastlagt gennem forhandlinger mellem personer eller organisationer, der repræsenterer begge parter interesser i relation til kontraktsforholdet. Sådanne standardkontrakter vil ofte rumme en tilkendegivelse af den særlige måde, hvorpå de er tilblevet.

Begrebet »standardkontrakter« refererer sig således til den form, i hvilken kontrakten *fremtræder*; »adhæsionskontrakter«

*) Jfr. 21. Nordiske Juristmøde, 1957, p. 160–162.

og »agreed documents« betegner imidlertid de nærmere omstændigheder i forbindelse med konceptets *tilblivelse*. I det følgende vil udtrykket »standardkontrakter« imidlertid blive anvendt synonymt med »adhæsionskontrakter«.

At drage en slutning, hvorefter de standardkontrakter, der på væsentlige punkter afviger fra gældende retsregler, må anses for samfundsmæssigt uønskværdige, er næppe rigtigt. Det er logisk, at fabrikanter, der producerer standardiserede varer med standardiseret værktøj og gennem standardiserede arbejdsprocesser, også ønsker at standardisere deres distribution og afsætning. Allerede den omstændighed, at industrien rejser omfattende krav til kapital og arbejdsdeling, medfører at de færdige og ensartede produkter må kalkuleres ganske nøje i henseende til pris- og afsætningsvilkår. Den standardiserede afsætning er en del af bedrifternes rationalisering. Den giver kalkulerne mere eksakte forudsætninger, den gør kontraheringerne lettere (også gennem den omstændighed, at personale, hvem individuel kontrahering ikke ellers kunne betros, kan udføre kontraheringerne); den er tidsbesparende for begge parter, den vil typisk være egnet til at fjerne tvivlsspørgsmål på forhånd, og den vil dermed ofte være procesbesparende.*)

Hvor standardkontraktens generelle fordele nævnes, bør det dog i samme åndedrag tilføjes, at netop denne kontraheringsmåde rummer sine særlige faremomenter. Medkontrahenten vil i reglen have vanskeligt ved at overskue sin stilling, og han vil typisk være »the under-dog« i kontraktsforholdet.

Som adhæsionskontrakterne her er karakteriseret, synes det, som om den typiske automobilforhandlerkontrakt i det store og hele må henregnes til denne gruppe. De enkelte fabrikanter arbejder med standardiserede kontrakter, undertiden dog afvigende fra stat til stat, endvidere er der en tydelig tendens blandt de større selskaber (især i USA) til indbyrdes at afstemme deres kontraktens indhold i en sådan grad, at standardiseringen nærmer sig det brancheomfattende. For den enkelte forhandler er det et klart enten-eller, om han vil gå ind i forholdet, individuelle alternativer gives ikke.

*) Jfr. herom Stig Jørgensen, *Tidskrift for Rettsvitenskap*, 1965, p. 406 ff; Llewellyn, »What price contract . . .«, Yale 1931, p. 40; Hewitt, op. cit., p. 213; Günther Petersen, *Ansvarsfraskrivelse*, 1957, p. 116 ff.

Hver enkelt fabrikant eller importør har oftest et meget betydeligt antal forhandlere som medarbejdere; hvor kontraheringen således er en hyppigt tilbagevendende foreteelse for fabrikanten, er det formentlig de færreste forhandlere, der kontraherer med mere end en enkelt, måske to, leverandører i deres virksomhed. De omfattende og kapitalstærke selskaber er i stand til at betjene sig af den fornemste tekniske bistand ved konciperingen; ethvert tænkeligt spørgsmål vil være analyseret og løst gennem en formular, der i udstrakt grad éntydigt varetager fabrikantens interesser.

På to måder tilgodeser automobilforhandlerkontrakten fabrikantens interesser. Dels gennem de bestemmelser, der i sig selv konstituerer en positiv forpligtelse for forhandleren; og dels gennem de bestemmelser, der åbner fabrikanten mulighed for at øve en betydelig pression i praksis (opsigelsesmulighed, kontrol etc.). Disse sidste bestemmelser – hvis indhold det, i modsætning til de førstnævnte, ofte vil være overordentlig svært at overskue for forhandleren, der ikke besidder fabrikantens erfaring og indsigt på dette område – sætter oftest leverandøren i stand til fuldt ud at varetage sine interesser i det løbende forhold og gøre forhandlerne stedse mere afhængige. En sådan afhængighed vil især kunne give sig udtryk, hvor der er tale om fornyelse eller genoprettelse af kontrakten med en forhandler, der allerede i en periode har været tilknyttet selskabet.

The Motor Vehicle Report fastslår,*) at automobilforhandlerkontrakterne er »aftaler mellem parter af højst ulige økonomisk styrke og indflydelse ved forhandlingsbordet. Aftalen udformes af fabrikanten, og hverken fabrikantens repræsentant eller forhandleren har nogen mulighed for at ændre på den trykte formular. Den aftale, der er blevet udformet på denne måde og gennemtvunget af fabrikanter med mangeårig brancheerfaring, indeholder alle de klausuler, som fabrikanten ønsker indføjet til beskyttelse af egne interesser; og tillige indeholder den kun bestemmelser, der tjener til beskyttelse af forhandlerens interesser i det omfang, fabrikanten måtte ønske det«.

I karakteristikken af automobilforhandlerkontrakterne som adhæsionskontrakter er der grund til at fremhæve en enkelt mo-

*) The Motor Vehicle Report, 1939, p. 114.

difikation. I modsætning til det om adhæsionskontrakterne før fremhævede, er automobilforhandlerkontrakten ikke en kontrakt, der henvender sig til medkontrahenter blandt »publikum«. Heri ligger for det første, at selve massekontraheringspræget fremtræder mindre prægnant, og endvidere, at den forventede mangel på »sagkundskab« hos medkontrahenten – her forhandleren – må antages at være knap så total som i de forhold, der sædvanligvis reguleres gennem adhæsionskontrakter.

Det er dog formentlig fuldt berettiget og af betydelig hensigtsmæssighed, at henføre automobilforhandlerkontrakten til adhæsionskontrakterne – med den netop nævnte modifikation in mente ved den nærmere undersøgelse af de heraf flydende muligheder.

Det anførte udgangspunkt – at parterne er forpligtet efter kontraktens nærmere indhold – implicerer to præmisser: Dels den generelle forudsætning, at kontrakter er bindende, og dels at parterne har frihed til at indgå bindende kontrakter af netop dette indhold (kontraktsfrihedens grundsætning). Den første præmis er uomtvisteligt af almindelig gyldighed, og som det sås, ville en nærmere undersøgelse af dens egentlige udspring og begrundelse formentlig heller ikke føre til en underkendelse af dens specifikke gyldighed i det aktuelle tilfælde.

Den anden præmis, kontraktsfriheden, kan langt snarere tænkes at afgive holdepunkt for en ændret opfattelse end den i udgangspunktet opregnede. Dels er kontraktsfrihedens grundsætning ikke af samme absolutte og næsten undtagelsesfri karakter som tidligere; og dels er der et – ofte hævdet – behov for at undtage netop adhæsionskontrakter fra det område, hvor grundsætningen antages at have umiddelbar gyldighed.

I adskillige lande findes en række præceptive lovbestemmelser, der – ofte med karakter af retlig standarder – indskrænker aftalefriheden på de områder, hvor adhæsionskontrakterne typisk floterer. I Danmark kan således nævnes Forsikringsaftalelovens § 34, Gældsbrevslovens § 8, Afbetalingslovens § 8 (3) og Lejelovens § 30. Sådanne særlige bestemmelser udspringer af et behov på det pågældende område. Men samtidig udtrykker de en mere abstrakt – og stedse voksende – erkendelse af, at den parternes ligestilling, der var en naturlig forudsætning for anerkendelsen af aftalefriheden, på flere og flere områder kun er af formel karakter. Den

retlige ligestilling består stadig mellem samfundets enkelte borgere, men den underbygges langt fra altid af en *faktisk* ligestilling. Man taler nu om parternes »status« eller »strategiske forhandlingsposition«; og i denne udvikling fra »kontrakt« mod »status« impliceres en stadig begrænsning af kontraktetsfriheden. En lang række forfattere har med appel forfægtet dette synspunkt.*)

Det kan derfor formentlig hævdes, at netop gennem sit tilhørsforhold til adhæsionskontrakterne – der fremtræder som en karakteristisk manifestation af parternes forskellige »strategiske position« – unddrager automobilforhandlerkontrakterne sig den *umiddelbare* anvendelse af kontraktetsfrihedens grundsætning. Herved gøres tillige en undersøgelse af kontrakternes rette placering i retskildemønstret med hensyn til fortolkningsregler langt friere; de mulige konklusioner er ikke på forhånd bundne af grundsætningen.

B. Fortolkningsregler**)

1. Det antages at være en almindelig regel, at hvis en kontrakt er uklar eller giver anledning til tvivl, må risikoen for uklarheden påhvile den, der har udformet kontrakten, således at *kontrakten fortolkes mod affatteren*. Dette gælder især ved kontrakter, der er udformet af den ene part, således at medkontrahenten praktisk talt ikke har mulighed for at påvirke – eller vurdere – de enkelte bestemmelser. Denne regel, »in dubio contra stipulatorem« eller »contra proferentem«, må antages at have almindelig gyldighed ved fortolkning af stående vilkår, såvel i Vesteuropa som i USA.***) Intet taler imod, at automobilkontrakternes fortolkning

*) Jfr. Corbin (On contracts, Part 6, 1951, p. 459); Ehrenzweig (Columbia Law Review 1953, p. 1090); Ragnar Knoph (Norges rett, 1937, p. 132); Curt Olsson (31. Nordiske Juristmøde, 1957, p. 153 ff); Carver (The Rational Basis of Legal Institution, 1923, p. 159); Hewitt (op. cit., p. 218 ff); Günther Petersen (op. cit., p. 185).

**) Ordet fortolkning er her anvendt i sin vide betydning som også omfattende udfyldning.

***) Jfr. Ussing, op. cit., p. 427; den italienske Codice Civile, art. 1370; Hewitt, op. cit., p. 124.

bør være undergivet denne regel; amerikanske domstole har da også ved flere lejligheder anvendt den i sådanne sager.

Reglen kommer i første række til anvendelse, hvor kontraktens bestemmelser om et givent spørgsmål er uklare eller tvetydige. Men også, hvor kontrakten forholder sig tavs om et problem, der ikke er reguleret på anden vis (f. eks. gennem deklaratoriske lovregler om køb eller agentur), må den for forhandleren gunstigste opfattelse antages.

Hvor denne fortolkningsregel måtte komme i konflikt med den almindelige regel, hvorefter den for løftegiveren gunstigste opfattelse skal lægges til grund,*) må det antages, at den sidstnævnte regel bør vige. I øvrigt kan en sådan konflikt vanskeligt tænkes at opstå, når automobilforhandlerkontrakternes hele udformning og sædvanlige indhold tages i betragtning.

Selv med en vidtrækkende anvendelsesmulighed (som den ovenfor angivne), kan reglen »in dubio contra stipulatorem« dog næppe tænkes at have større praktisk betydning. Langt de fleste forhandlerkontrakter er i dag af et indhold, der udmærker sig såvel ved klarhed som ved detaljerighed; og udviklingen fører tilsyneladende hurtigt de enkelte kontrakter, der er af mere lapidarisk tilsnit, i samme retning. At blive stående ved denne regel om sproglig fortolkning, er derfor formentlig utilstrækkeligt.

2. Den i dansk ret opstillede regel for standardvilkår,**) hvorefter *en part ikke er bundet ved en bestemmelse som er usædvanlig og stiller ham væsentlig ugunstigere end almindelige retsgrundsætninger, og som han ikke ved aftalens indgåelse kendte eller – på grund af dens særlige fremhævelse – burde kende*, er næppe anvendelig for automobilforhandlerkontraktens vedkommende.

Forhandlerens disposition ved indgåelsen af kontrakten er af en sådan art, at den må antages at rumme en betydelig opfordring til at sætte sig grundigt ind i den forelagte kontrakt. Den omstændighed, at automobilforhandlerkontrakterne i modsætning til sædvanlige adhæsionskontrakter ikke henvender sig direkte til et

*) Jfr. Ussing, op. cit., p. 426.

**) Jfr. Ussing, op. cit., p. 185.

ganske usagkyndigt »publikum« har betydning for bedømmelsen af dette forhold. – I øvrigt ses kontrakterne i almindelighed ikke at fremtræde på en i formen uoverskuelig måde.

3. En bestemt tendens i retning af *objektiverende fortolkning* inden for standardkontrakternes område har kunnet spores i praksis, idet domstolene har været tilbøjelige til at fortolke standardvilkår inden for samme kontraktsområde på en i det væsentlige ensartet måde, uanset indbyrdes afvigende formuleringer.

At hævde en sådan regel inden for automobilforhandlerkontrakternes område ville rumme den betydelige fordel, at der derved åbnedes mulighed for – i et vist omfang – at lade de mere avancerede kontraktsgupper (især de amerikansk-inspirerede) smitte af på de knap så fremskredne kontrakter; på denne måde kunne en udvikling, der alligevel synes at finde sted omend langsomt, i nogen måde fremskyndes.

Imidlertid støder det på betydelige hindringer at opstille denne regel. – En afgørende betingelse for dens anvendelse er, at der ikke kan forventes store afvigelser inden for kontraktsområdet.*) Denne betingelse kan *endnu* ikke siges at være opfyldt på automobilforhandlerkontrakternes område; men det er vel sandsynligt, at reglen en dag vil kunne finde sin anvendelse også på dette felt.

4. *Konklusion.* Som før nævnt må det ud fra almene betragtninger over automobilforhandlerkontrakternes tilblivelse og parternes indbyrdes styrkeforhold anses for utilstrækkeligt at blive stående ved en regel »in dubio contra stipulatorem«. Ganske vist anses fortolkning af kontrakten som en rent konkret foreteelse rettet mod hvert enkelt tilfælde, men det ville dog være hensigtsmæssigt, om visse mere almindelige regler herom kunne fremdrages.

De allerede fremhævede momenter – den ene parts underlegenhed og afhængighed i forhold til den anden, og kontraktens næsten énsidige varetagelse af leverandørens interesser – bevirker, at der opstår et *behov* for en vis nærmere beskrevet adgang til at foretage

*) Jfr. Lund Christiansen, Juridisk Grundbog, 1962, p. 438.

indskrænkende fortolkning. Spørgsmålet er nu, om en sådan indskrænkende fortolkning lader sig begrunde mere alment, og ikke blot ved betragtninger over forholdtes natur.

For det første kan det være et spørgsmål, *om* en sådan adgang overhovedet behøver begrundelse. Automobilforhandlerkontraktens karakter af adhæsionskontrakt bevirker, at kontraktsfrihedens grundsætning næppe har fuld gyldighed. – Givet er det i hvert fald, at det kan være vanskeligt at opstille en klar begrundelse for en særlig adgang til indskrænkende fortolkning, hvis begrundelsen samtidigt skal indeholde en klar vejledning om, i hvilket *omfang* der åbnes en sådan adgang.

Aftalelovgivningernes sædvanlige generalklausuler vil kun sjældent kunne udstrækkes til at omfatte det typiske kontraktsforhold mellem automobilfabrikanten og hans forhandlere. Den nordiske aftalelovs § 31 om udnyttelse som følge af parternes forskellige forhandlingsposition vil således ikke kunne bringes i anvendelse til trods for skævheden i parternes interesser og indflydelse på kontrakten; der foreligger selvsagt ikke udnyttelse i aftalelovens forstand, men blot denne forskel i position, som er blevet benævnt »une nécessité sociale« (Demoque).*) At anvende en analogi af Gældslovens § 8 om god forretningsskik vil næppe heller være adækvat for automobilforhandlerkontrakters fortolkning, allerede fordi en regel af dette indhold ikke er optaget i aftaleloven.

I tysk praksis kan der dog opvises eksempel på, at BGB's generalklausuler (§§ 138, 242 og 315) er blevet anvendt til at tilføje visse almindelige betingelser i standardkontrakter.***) De ældre amerikanske domme, hvorefter kontrakter er blevet erklæret for »not enforceable« på grund af »lack of mutuality«, må formentlig også betragtes som eksempler på anvendelse af allerede etablerede principielle undtagelser fra den almindelige aftalefrihed.

Med disse to nævnte undtagelser må det imidlertid erkendes, at begrundelsen for en almindelig adgang til indskrænkende fortolkning ikke lader sig udlede af aftalerettens bestående generalklausuler.

Konklusionen må derfor indskrænke sig til at fastslå: 1) Reglen

*) Jfr. Günther Petersen, op. cit., p. 185.

**) Jfr. Lando, Tidsskrift for Rettsvitenskap, p. 353, note 19.

»in dubio contra stipulatorem« gælder med betydelig styrke. 2) Gennem henførelsen af automobilforhandlerkontrakterne til gruppen af adhæsionskontrakter åbnes der adgang til en videregående indskrænkende fortolkning. 3) Den *nærmere udstrækning* af denne adgang lader sig ikke fastlægge på tilstrækkelig klar og almindelig vis. At opstille en bestemt regel for den indskrænkende fortolkning bliver følgelig de lege ferenda-betragtninger.

Der kunne imidlertid være grund til at fremhæve visse momenter, der med styrke bør indgå i overvejelserne omkring en mulig konkret, indskrænkende fortolkning.

For det første bør det tages i betragtning, om der er tale om en førstegangs-kontrakt, eller om forhandleren allerede i en periode har virket for fabrikanten; i sidstnævnte tilfælde vil der følgelig have foreligget en situation, hvor fabrikanten i forbindelse med en genoprettelse af kontrakten har gennemført visse materielle ændringer i indholdet. Længden af den periode, inden for hvilken forhandleren har haft kontrakt med leverandøren, vil formentlig ofte – sammenholdt med de foretagne investeringers art og omfang – kunne tages som et adækvat udtryk for den grad af faktisk afhængighed, i hvilken forhandleren måtte være bragt.

For det andet bør den indskrænkende fortolkning især kunne rette sig mod de bestemmelser, der skønnes i almindelighed at være af mest kontroversiel karakter. Vejledning i så henseende kan bl. a. hentes i forhandlerorganisationernes udtalelser og resolutioner. Graden af den udøvede pression, og dermed præget af ensidighed, er størst på disse områder. På baggrund af beskrivelsen i første hovedafsnit er der grund til især at fremhæve kontraktsbestemmelserne om opsigelsesadgang og godtgørelse ved ophør.

Günther Petersen opstiller*) en almindelig begrundelse for adgangen til at fortolke ansvarsfraskrivelser-klausuler i standardkontrakter indskrænkende. Han hævder, at visse normalt fravigelige retsregler i højere grad end andre et udtryk for almindeligt anerkendt retspolitiske principper. Hvor sådanne retsregler er fraveget ved aftale, bør virkningen af retspolitiske grunde kunne begrænses gennem indskrænkende fortolkning. Det er muligt, at et lignende ræsonnement kunne gennemføres i forbindelse med ganske

*) Op. cit., p. 132 ff.

enkelte af automobilforhandlerkontraktens bestemmelser vedrørende opsigelse og godtgørelse; men til afhjælpning af det mere vidtrækkende og almindelige behov for indskrænkende fortolkning afgiver argumentationen næppe nogen synderlig støtte.

For det tredje bør der ved fortolkningen af visse bestemmelser tages hensyn til, om visse andre modsvarende bestemmelser er indeholdt i kontrakten. Fremhæves kan især bestemmelseskombinationer som: lagerpligt – prisfaldsgodtgørelse, eksklusivforhandling – eneforhandling, udstyrskrav – tilbagekøbspligt, leveringspligt – aftagelsespligt, og til en vis grad også de gensidige opsigelsesbestemmelser.

Endeligt bør der – som ved enhver fortolkning af kontrakter – tages hensyn til de samfundsmæssige interesser, der påvirkes af kontrakten. Disse interessers omfang og styrke behandles i det følgende kapitel.

KAPITEL 9 *Samfundets interesser*

Som forudsætning for en samlet bedømmelse af automobilforhandlerkontrakternes bestemmelser kan det være værdifuldt at søge kort at præcisere, hvilke interesser der fra samfundets side retter sig mod kontrakternes udformning og indhold. En undersøgelse af dette spørgsmål må ses som en del af den videre sociale og økonomiske diskussion, der knytter sig til de generelle afvejninger af problemer omkring offentlighedens interesse i privates kontrakter af enhver art. Afsnittet bliver dermed begrænset i sit sigte og til en vis grad summarisk i argumentationen.

I en tid, hvor den såkaldte klassiske økonomiske teori i mangfoldige henseender må anses for udhulet og modificeret, kan det i hvert fald som udgangspunkt slås fast, at samfundet ikke kan anse sine interesser for bedst varetagne ved at indtage en »laissez faire«-holdning over for eneforhandlings- og adhæsionskontrakterne. Den klassiske teoris forudsætninger – et stort antal sælgere,

der i et åbent marked sælger varer, som substituerer hverandre, under fri prisdannelse, og uden at den enkelte sælger kan øve væsentlig indflydelse på markedet – kan ingenlunde anses at være til stede. I automobilbranchen er der relativt få fabrikanter; bilerne substituerer – i detailkøberens øjne – ikke hverandre; prisen er i reglen fastsat af fabrikanten, og en enkelt fabrikant vil ofte have betydelig indflydelse på hele markedet.

Grundlaget for undersøgelsen må følgelig være, at samfundet på den ene eller den anden måde håndgribeligt bør kunne varetage de offentlige interesser, som ikke i forvejen er parallelt løbende med fabrikanternes interesser.

A. Markedsdækning

Samfundets interesse i en adækvat dækning af det til enhver tid værende behov for automobiler, service, reservedele og reparation behøver ingen nærmere begrundelse. På så at sige et hvilket som helst driftsområde er det en klar og nødvendig forudsætning for den sunde trivsel og fulde effektivitet, at en sådan markedsforsyning til stadighed opretholdes.

Hvorledes må de kontraktsbestemte krav til forhandlerens effektivitet m.v. nu antages at influere på markedsdækningen? – Generelt set må svaret antagelig være, at den adækvate og effektive dækning af markedet i høj grad styrkes gennem disse bestemmelser. Især kontraktsbestemmelserne om forhandlerens salgs- og servicefaciliteter, hans reklamevirksomhed, hans økonomi, samt de klausuler, der sikrer fabrikantens interesse i en geografisk dækkende salgsorganisation*), må antages at have en sådan virkning.

En særlig diskussion kræves imidlertid af opsigelsesbestemmelserne, specielt af leverandørens adgang til at bringe kontraktforholdet til ophør uden særlig begrundelse. Visse argumenter kan opregnes i opsigelsesbestemmelsernes favør set under en samfundsmæssig synsvinkel.

*) Jfr. p. 30 f.

En adgang til ubegrundet opsigelse bevirker, at leverandørerne kan skille sig af med udygtige forhandlere uden at kaste sig ud i en proces. De således sparede procesomkostninger kommer, i hvert fald teoretisk, i det lange løb forbrugerne til gode.

Fabrikanterne opnår langt større kontrol med forhandlerne og kan presse deres ønsker om betydeligt salg til »konkurrencedygtige« priser igennem over for den enkelte forhandler.

På den anden side kan det siges, at fjernelsen af udygtige forhandlere ikke nødvendigvis fordrer kontraktsklausuler om adgang til en ganske ubegrundet opsigelse.

Med den stadige adgang til vilkårlig opsigelse i baghånden er fabrikanterne i stand til at lægge væsentlige dele af de byrder, der måtte opstå som følge af deres egne fejlpositioner, ud på forhandlerne. – Eksempler på sådan praksis har været nævnt. – Udelukkelsen af den ubegrundede opsigelsesadgang kunne således tænkes at rumme en forøget motivation for fabrikanterne til planlægning og yderligere hensyntagen til konkurrencen med andre mærker ved fastsættelsen af detailpriserne.

Det er derfor kompliceret at fastslå, hvorvidt opsigelsesklausulerne er i overensstemmelse med samfundets interesse i adækvat og billig markedsdækning; et skøn må dog formentlig hælde i retning af en vis samfundsmæssig tilbageholdenhed over for bestemmelser, hvorefter der kan opsiges uden grund.

De kontraktsklausuler, der tager sigte på en begrænsning af fabrikanten/importørens risiko og belastning,*) er i udpræget grad egnede til kun at skabe virkning inter partes, og de kan vanskeligt tænkes at øve synderlig indflydelse på markedets forsyning og prisniveau. Der er her blot tale om, hvorvidt det er fabrikanten eller forhandleren, der skal have den gunstigste position i en række forhold, så som: hvem skal ved ophør bære risikoen for investeringerne i salgsfaciliteterne; hvem skal bære transportomkostningerne; hvem skal have retten til at sælge til visse kategorier af storkunder i distriktet; hvorledes fordeles ansvaret for vognene etc. Det drejer sig i det store og hele om den indbyrdes fordeling af byrder og rettigheder, der alligevel over for publikum vil fremtræde som summariske.

*) Jfr. p. 60 ff.

I forbindelse med kontraktens bestemmelser om leveringspligt og leveringsret,*) er det nødvendigt at sondre. Bestemmelserne om forhandlerens pligt til at indgive salgsoverslag må betragtes som positive; en bedre planlægning og fordeling af produktionen muliggøres, hvilket klart må opfattes som en fordel for markedsdækningen.

Derimod må bestemmelser, der åbner adgang for fabrikanten til at levere uden forhandlerens forudgående ordre, betragtes som uhensigtsmæssige. Dels kan den samme argumentation, som anførtes i forbindelse med fabrikanternes mulighed for at pålægge forhandlerne væsentlige dele af de byrder, der måtte være en følge af fabrikanternes fejlagtige dispositioner, nævnes. Dels vil en sådan adgang kunne medføre et overskud af vogne på det lokale marked, som næppe vil kunne absorbere varemængden. Forhandleren er da henvist til bootlegging, der i høj grad må anses for stridende mod forbrugernes interesser; eller også må forhandleren lade dele af lageret henstå urentabelt i et betydeligt tidsrum, hvilket atter vil kunne bringe hans virksomhed ind i omfattende økonomisk risiko – måske endda konkurs – hvad der også må være i disharmoni med publikums interesser, såvel blandt forhandlerens aktuelle som hans potentielle kundekreds.

Bestemmelser, hvorefter fabrikanten forbeholder sig ret til ikke at levere, kan antagelig hæmme markedsdækningen i det givne øjeblik, men på længere sigt må sådanne bestemmelser – der muliggør en langt smidigere planlægning, produktion og fordeling – antagelig anses for overvejende positive i denne sammenhæng.

Et kompliceret problem opstår, når publikums interesse i hurtig, effektiv og billig tilfredsstillelse af behovet for biler, service, reparation etc. skal sammenholdes med *eneforhandlingssystemet*. Det har været anført, at eneforhandlingsretten hæmmer konkurrencen og dermed fordyrer varer og præstationer. Den, tidligere omtalte, opfordring i 1949 fra USA's antitrustmyndigheder om at ophæve dette system må ses som et udslag af sådanne synspunkter. Hertil kan anføres, at for det første influerer systemet ikke på konkurrencen mellem de forskellige bilmærker. For det andet står det enhver frit for – således som enesalgssystemet faktisk er

*) Jfr. p. 68 ff.

indrettet og sikret – at købe varen hos den mærkeforhandler, han ønsker. For det tredje er der ingen grund til at antage, at et system med »fri« forhandling af hvert mærke ville foranledige fabrikanterne til at kræve mindre kontrol og mindre indflydelse på den endelige detailpris, end i et eneforhandler-system. Tanken om at en øget konkurrence mellem flere forhandlere af samme mærke, skulle kunne opnås gennem fjernelse af enesalgsretten, er således nok illusorisk.

Der kan være grunde til at antage, at den gennemførte og eksklusive geografiske opdeling af salgsområderne har en afgjort positiv indflydelse på markedsdækningen i videste forstand – Charles Davisson udtrykker det således*): »Denne form for opdyrkning af markedet – »market cultivation« – er givetvis værdifuld for bilkøberne.« – Den forhandler, der besidder en eneforhandlingsret vil – ceteris paribus – i større ro være i stand til at opbygge netop det salgs- og serviceapparat, som kan tilfredsstille publikums behov fuldt ud, uden samtidigt at fordyre varer og præstationer gennem eksorbitante foranstaltninger og tilbud, der belaster virksomhedens økonomi og drift i en grad, som kun motiveres af den indbyrdes konkurrence, men langt fra af noget egentlig behov hos det kørende publikum.

Det kunne således synes, som om automobilbranchens eneforhandlingssystem ikke giver anledning til særlig betænkelighed, set under den effektive og billige markedsdæknings synsvinkel. Samtidigt må det anses for velbegrundet, at den forhandler, der foretager betydelige investeringer i materiel og arbejdskraft, kan opnå en vis sikkerhed for ikke at skulle være tvunget til at dele frugterne heraf med andre. Da systemet endvidere tjener producenterne interesser i flere henseender – bl. a. fremmer afsætningen og muliggør en produktionsplanlægning, der står på fastere grund – kan der være al mulig grund til at acceptere selve eneforhandlingsprincippet i den udformning, det har i branchen for tiden.

En sådan slutning må imidlertid klart knytte sig til dagens forhold. En fremtidig udvikling inden for automobilfabrikationen og -distributionen kan meget vel føre derhen, at producenten og eneforhandleren, takket være systemet får fordele som ikke er

*) Automobiles, 1954, p. 107.

sagligt begrundede. I så tilfælde vil tiden være inde til at anvende de almindelige betragtninger om samfundets interesser set i forhold til faktiske monopoldannelser. At man i USA har fulgt denne vej og draget drastiske konklusioner allerede i 1949, synes imidlertid at være en lidet adækvat foregribelse af en udvikling, som end ikke i dag har nået nogen uakceptabel fase.

B. Forhandlerens apparat

Også ud over den interesse, der udspringer af behovet for adækvat markedsdækning, knytter der sig en samfundsmæssig interesse til forhandlerens apparat (hans salgslokaler, værksted, publikationer, udstillinger etc.). Ud fra mere planøkonomisk betonedede synspunkter kan samfundet siges at have en interesse i, at de til rådighed stående produktionsmidler (i videste forstand) fordeles efter en vis rationel skala. Når det punkt er nået, hvor markedets behov fortløbende lader sig tilfredsstille, er det ikke hensigtsmæssigt at øge salgsvirksomheden betydeligt. Dels vil det i reglen – som ovenfor anført*) – fordyre varen for konsumenterne; men derudover vil det lægge beslag på produktionsmidler, som med større hensigtsmæssighed kunne have været anvendt på andre områder.

Hvor producenternes krav til forhandlerens salgs- og serviceapparat går væsentligt ud over, hvad der med samfundets øjne på denne måde anses for adækvat, foreligger der således en oppustet konkurrence med andre mærker, som sædvanligvis må stille lignende krav til deres forhandlere.

Et eksempel kendes fra det danske markeds benzinforsyning. Antallet og beliggenheden af benzintanke, hver enkelt tankanlægs vældige, serviceprægede udstyr, og branchens indbyrdes afhængighed i henseende til særlig reklame, f.eks. lotterier, synes at illustrere, hvorledes oppustet konkurrence fører til uforholdsmæssigt omfattende tilbud til publikum, og kolliderer med samfundets interesse i en vis rationel fordeling af produktionsmidlerne.

*) Jfr. p. 133.

Automobilindustrien kan opvise adskillige eksempler – omtalt i retssager og rapporter – på, at producenter har fordret investeringer i forhandlerens apparat langt ud over det punkt, hvortil det kunne siges at være adækvat og rentabelt. Kontrakternes formuleringer går i dag oftest ud på, at forhandleren skal opretholde et »tilfredsstillende« eller »adækvat« salgs- og serviceapparat. Da det imidlertid i almindelighed er leverandøren, der énsidigt fastlægger den nærmere udstrækning af disse udtryk, er der ingen garanti for, at de vil harmonere med samfundets ønske om adækvans i dette forhold.

Der kan derfor være grund til at fastholde, at producenternes krav til forhandlerens apparat ikke bør kollideres i for vid udstrækning med samfundets interesser på området. Med dette nærmere præciserede indhold af udtrykket »rimelig« kan det følgelig siges, at automobilforhandlerkontrakternes bestemmelser om forhandlerens apparat – med et vist tilbørligt og naturligt hensyn til den frie konkurrence – bør være undergivet et samfundsmæssigt krav om *rimelighed*.

C. Forhandlerens person

Hvor »offentligheden« i det foregående afsnit omfattede konsumenterne, vil denne undersøgelse rette sig mod spørgsmålet: Hvorledes karakteriseres samfundets interesse for *forhandlerne*, betragtet som en gruppe af offentligheden, i modsætning til producenterne og importørerne?

For at belyse dette spørgsmål kan der være grund til først at foretage en afgrænsning af den interesse, der gennemsnitligt må antages at være forhandlerens i kontraktsforholdet. Udgangspunktet må her være automobilforhandlerens ønske om at udnytte sin erfaring, know-how og investering til at skabe sig et profitabelt levebrød, der er sikret i den udstrækning, enhver – under hensyn til erhvervets karakter i øvrigt – ønsker sin levevej sikret.

Som det gennem det sidste århundrede har ytret sig på utallige områder, har samfundet set en klar interesse i – og pligt til – at beskytte visse bestemte grupper, hvis naturlige behov og interesser

ellers står i fare for at blive trådt under fode. Begrundelsen for dette sociale ansvar kan være kompliceret, og tilmed skiftende fra den ene epoke til den anden. Givet er det imidlertid, at både etiske og mere nytteprægede økonomiske momenter spiller ind.

Den etisk betonedede side af begrundelsen giver sig udtryk på mangfoldig vis. Standarder som lighed, fairness, rimelighed, good faith etc. udspringer af sådanne betragtninger. Når der tales om frygt, udnyttelse, »the under-dog« o.s.v., er det at betragte som led i en argumentation på et etisk præget grundlag.

Samtidig er samfundet ikke blind for, at den borger, der er genstand for grov udnyttelse, i det lange løb er et væsentligt mindre aktiv end den, hvis arbejde kanaliseres på en for ham selv mere tilfredsstillende måde.

Spørgsmålet er herefter, om der i forbindelse med automobil-forhandlerkontrakterne er tale om en udnyttelse – eller en mulighed herfor – af en sådan karakter, at samfundet må se sine interesseområder trådt for nær.

At en udnyttelse rent faktisk har fundet sted, er uomtvisteligt. Den nærmere gennemgang i første hovedafsnit af de forskellige kontraktsovråders regulering i løbet af de sidste seks årtier lader forstå, at så at sige hele perioden kan opvise adskillige eksempler – ofte med rod i en bred praksis – på leverandørens faktiske magtposition. The Federal Trade Commission konkluderer sin rapport (fra 1939) med bl. a. følgende*): »Kommissionen finder, at automobilfabrikanterne har påført, og stadig påfører, deres respektive forhandlere uantagelige og ubillige – »unfair and inequitable« – handelsvilkår, idet de forlanger, at forhandlerne skal acceptere og arbejde under en kontrakt, som kun ufyldestgørende fastlægger parternes rettigheder og pligter, og som tilmed i sin mangel på gensidighed er højst tvivlsom.«

En ledende person inden for den amerikanske forhandlerorganisation, NADA, udtalte i 1955, at forhandlerkontrakterne måtte betragtes som »et énsidigt dokument, som fremkalder frygt, tvivl og usikkerhed«.**)

Meget tyder på, at sådan praksis har været udbredt. Om den

*) The Motor Vehicle Report, p. 1075.

**) Frederick J. Bell, »Veritas-Unitas-Fortis«, p. 15.

er det i dag, er vanskeligt at sige. Der er dog en vis formodning for, at udviklingen i de seneste år har ført betydeligt ændrede tilstande med sig på dette punkt. Et hovedpunkt er det imidlertid, at *muligheden* for en betydelig udnyttelse stadig foreligger i de fleste kontraktsforhold.

Den sædvanlige formulering af bestemmelserne om kontrol, faste kvoter, ubegrundet opsigelse eller ikke-fornyelse, investeringer, priser, levering uden ordre og likviditetskrav åbner i deres indbyrdes samspil betydelig mulighed for en unfair praksis. Man kan – med Hewitt*) – konkludere: 1) Automobilforhandlerkontrakterne giver en lille gruppe af store selskaber adgang til at øve betydelig magt over en stor gruppe af forholdsvis mindre forretningsfolk – uden samtidigt at gøre selskaberne offentligt ansvarlige for den magt de udøver. 2) Der har været situationer, hvor i det mindste visse producenter har udnyttet forhandlerne i betydeligt omfang. 3) Kontrakterne frembyder kun ringe garanti for, at leverandørerne ikke i fremtiden vil foretage sådan udnyttelse.

Kæder man det her omtalte »*tvangsmoment*« sammen med det tidligere berørte »*standard*«-moment,**) forstår man for så vidt, at flere forfattere har været inde på, at kontrakterne bør betragtes som en art »*privat lovgivning*«. Det man kunne hæfte sig ved, er følgelig den dissonans, der opstår, hvor producenterne kan »lovgive« uden at være undergivet den kontrol og offentlighed, som præger samfundets officielle retsskabende myndigheder. Der er derfor grund til at pege på, at det er en nærliggende forudsætning for samfundets varetagelse af sine interesser i forhandlerens person, at såvel automobilforhandlerkontrakternes formulering, som deres daglige praksis på den ene eller den anden måde undergives samfundets kontrol. Vanskeligheden i denne henseende følger bl. a. af den – før omtalte tilbøjelighed til at karakterisere kontraktsforholdet som enten en købekontrakt eller som et agent/principal-forhold. Disse entydige klassifikationsforsøg har præget debatten om beskyttelsen af forhandlerens person, idet denne netop er blevet sat mellem to stole. På den ene side er han ikke en fri

*) Automobile Franchise Agreements, 1956, p. 245 ff.

**) Jfr. p. 119 ff.

køber, der selv – i relation til leverandør og kunder – kan handle sig til de bedst mulige økonomiske vilkår for sin tilværelse, og på den anden side er han ikke funktionær hos leverandøren i traditionel forstand, og han har således ikke den sociale beskyttelse, som funktionæren i et moderne samfund har.

Skal man uhæmmet af doktrinære synspunkter forsøge at karakterisere forhandlerens status, kunne man med vægt anføre, at en beskyttelse fra samfundets side er påkrævet, i hvert fald for så vidt angår opsigelses- og ophørsbestemmelserne i automobilforhandlerkontrakten. Forhandleren stiller ikke blot – som funktionæren – sin uddannelse og arbejdskraft til rådighed for et enkelt eller et begrænset antal leverandører, men han må tillige foretage en væsentlig økonomisk investering for at kunne virke som forhandler. Der skabes som tidligere påvist herved et afhængighedsforhold, som ofte er langt stærkere end det, der normalt kendetegner funktionær/principal-forholdet, og ofte – omend ingenlunde altid – kan forholdet mellem automobilforhandler og leverandør i tilfælde af opsigelse indeholde et samfundsmæssigt – socialt – moment svarende til funktionær/principal-situationen. Problemer af denne art eksisterer ved alle eneforhandlingskontrakter og rejser selvsagt en række spørgsmål af administrativ og lovteknisk art. Disse problemer vil blive berørt i det følgende afsnit. På dette sted må det være tilstrækkeligt at pege på betydningen af, at disse problemer trænger sig på og kræver en løsning.

KAPITEL 10 *Samfundets muligheder for korrektion af kontraktsforholdet*

Det er nu (i kapitel 8) hævdet og motiveret, at samfundet ikke i enhver henseende er bundet af kontraktsfrihedens grundsætning i forhold til automobilforhandlerkontrakternes parter. Endvidere er det (i kapitel 9) fremhævet, på hvilke punkter samfundet

kan have interesse i at gribe regulerende ind i kontraktsforholdet. Tilbage står blot at opregne, på hvilke *måder* en sådan regulering kan finde sted. Ad hvilke kanaler kan samfundet intervenere i det typiske kontraktsforhold mellem leverandør og forhandler?

Tre muligheder synes at byde sig til.

- A) Præceptiv speciallovgivning, der direkte og materielt retter sig mod en eller flere af de sædvanlige forekommende kontraktsbestemmelser.
- B) Domstolpraksis. En korrigerende praksis, der eventuelt kan fremmes gennem lovfæstelsen af generelle klausuler på området – f. eks. svarende til den danske gældsbrevslovs § 8.
- C) Administrative kontrolorganer – herunder monopolmyndigheder.

De forskellige fremgangsmåders hensigtsmæssighed må især vurderes ud fra tre kriterier:

- 1. Er de egnet til at bringe kontraktspraksis netop i retning af de ønskede *mål*?
- 2. Er de *effektive*? – d.v.s. kan de bearbejde kontraktspraksis med tilstrækkelig styrke og hurtighed.
- 3. Lader metoden sig gennemføre relativt let; og er den i det lange løb behæftet med megen administration og udgift?

A. *Præceptiv lovgivning*

1. Generelt. Præceptive lovbestemmelser, der specielt retter sig mod visse klausuler i automobilforhandlerkontrakten, vil antageligt være en både effektiv og tilstrækkelig målrettet vej at gå. Metoden kendes i Norden på en række andre områder.

Hvorvidt en hensigtsmæssig præceptiv lovgivning kan lade sig gennemføre med en vis lethed og smidighed, er vanskeligt at sige.

– En særlig mulighed foreligger i denne forbindelse. Det har været foreslået – i henseende til standardkontrakter i det hele taget – at gøre vigtige deklaratoriske lovregler præceptive;*) i det aktuelle tilfælde kunne der i Norden således være tale om en række af Købelovens afgørende regler.

Den vigtigste indvending mod en lovgivningsløsning i det hele taget må nok være den, at det i forvejen yderst intrikate afvejningsspørgsmål (hvornår nås det punkt, hvor de enkelte kontraktsbestemmelser – såvel hver for sig som i indbyrdes samspil – i deres skadelige effekt overstiger deres gavnlige virkning?) yderligere kompliceres af, at branchen og afsætningsvilkårene stadig undergår forandringer. På den ene side skal en lovgivning om spørgsmålet derfor være åben og smidig; men på den anden side bør den være snæver og bestemt for at være virkelig effektiv. En balance mellem disse to krav kan muligvis være så vanskelig at opnå, at forsøg herpå på kortere eller længere sigt viser sig at være, i bedste fald, nytteløse og, i værste fald, direkte skadelige.

2. I *USA* har en række delstater gennem de senere år opstillet varierende præceptive krav gennem licens-lovgivningen. De fleste af disse stater – for tiden tretten – kopierer i dette spørgsmål lovgivningen i Wisconsin. Blandt de omstændigheder, der i disse stater kan forårsage bortfald af leverandørens licens, kan nævnes: »Tvang eller forsøg på tvang over for forhandlere for at få disse til at akceptere levering af ikke-beordrede varer eller for i det hele taget at få dem til at indgå aftaler med fabrikanten. Urimelige trusler om opsigelse af forhandlerkontrakten. Urimelig ikke-fornyelse af forhandlerkontrakten. Svigagtig optræden over for forretningslederne. Forsinkelse ud over 60 dage med levering af nye biler, der er meddelt klar til øjeblikkelig levering«.

Et meget vidtrækkende føderalt lovforslag fremsattes i oktober 1967 af senator Eastland**); forslaget tog sigte på alle »franchise«-kontrakter mellem leverandører og forhandlere i forskellige delstater. Forslaget pålægger først – i mere generelle vendinger –

*) Jfr. Ussing, *Køb*, 4. udg., 1967, p. 10.

**) Congressional Record, S-2507, Oct., 5, 1967.

leverandørerne at handle »på en rimelig, retfærdig og ligelig måde« – »in a fair, equitable, and nondiscriminatory manner« – samt »i overensstemmelse med rimelige normer for god handels-skik«; og endvidere skal leverandørerne afholde sig fra at »tvinge, intimidere, true eller beherske« deres forhandlere. De følgende bestemmelser opregner en række særlige forpligtelser. Blandt de vigtigste kan nævnes:

- a. Alle handlinger – »actions« – fra leverandøren eller hans folks side skal være skriftlige og signerede af autoriserede repræsentanter for at være bindende for forhandleren.
- b. Leverandøren må ikke foretage unfair konkurrence med sin forhandler. Det vil sige, at han må ikke sælge i forhandlerens distrikt – f. eks. gennem særlige detailforretninger – »factory stores« – til sådanne priser, at forhandleren tvinges til at sænke sine egne detailpriser i en sådan grad, at hans fortjeneste bortfalder eller dog formindskes væsentligt.
- c. Det pålægges den leverandør, der bringer kontraktsforholdet til ophør, at aftage såvel forhandlerens »anlæg« (i videste forstand) som hans lager af vogne, tilbehør og reservedele til fuld og rimelig – »full and fair« – markedspris.
- d. Endvidere skal han til forhandleren erlægge en sum »svarende til kontraktens fulde og rimelige markedsværdi« – inklusive good-will.

Ifald leverandøren overtræder lovens bestemmelse, kan der tillægges forhandleren en erstatning på op til det dobbelte af hans lidte tab.

Det pågældende lovforslag er ikke blevet vedtaget, men påkalder sig alligevel betydelig interesse som det – foreløbigt – seneste forsøg på at tilfredsstille det stedse klarere erkendte behov for en gennemgribende føderal regulering af de væsentlige problemer på »franchise«-kontrakternes område.

I *Belgien* findes en lov – af 27. juli 1961 – om eneforhandlings-aftalers ophævelse. Loven omfatter de forhold, hvor forhandleren

handler i eget navn og for egen regning, og hvor han ifølge kontrakten har fået eneret på at forhandle de varer, som leverandøren producerer eller distribuerer. Selv om leverandøren måtte have forbeholdt sig ret til at sælge visse varer direkte, kan loven alligevel bringes til anvendelse.

I øvrigt bestemmes det:

- a. Hvor en eneforhandlingsaftale er indgået på ubestemt tid, kan den ikke bringes til ophør af den ene part, med mindre der gives den anden et rimeligt varsel eller en rimelig godtgørelse. Godtgørelsen skal i givet fald fastsættes af parterne på opsigelsestidspunktet – og kan følgelig ikke være fastlagt i selve kontrakten – subsidiært af dommen efter billighed og under hensyntagen til sædvane. Reglen gælder dog ikke, hvis den ene parts alvorlige misligholdelse – »manquement grave« – har begrundet opsigelsen.
- b. Ifald leverandøren ophæver kontrakten, uden at forhandleren har gjort sig skyldig i en grov fejl – »faute grave« – eller hvis forhandleren hæver på grund af leverandørens »faute grave« – skal erstatningen fastsættes under hensyn til følgende: Den væsentlige merværdi af kundekredsen, som beholdes af leverandøren, og som er oparbejdet af forhandleren; forhandlerens udgifter til udvikling af salget – også forudsat at leverandøren drager fordel heraf efter forholdets ophør; forhandlerens økonomiske forpligtelse over for det personale, som han på grund af den mistede kontrakt må opsiges.
Erstatningen bestemmes i øvrigt efter de samme retningslinier, som nævnt under a.
- c. Endelig rummer loven en værnetingsregel, hvorefter forhandleren altid kan indstævne leverandøren ved dennes eller sit eget hjemting. Hvor tvisten således er indbragt for en belgisk domstol, kommer udelukkende belgisk ret til anvendelse.*)

*) Lovens fulde ordlyd er gengivet hos Lando, Agenten og eneforhandleren i vesteuropæisk ret, 1965, p. 75.

I 1958 fremsattes i *Frankrig* et lovforslag, der af forskellige ude fra kommende grunde ikke vedtoges. Forslaget, der motiveredes af en lang række tvister om eneforhandlingskontrakter, tiltrak sig megen opmærksomhed. Det rummede bestemmelser om opsigelse (der kun kunne finde sted, hvor visse – nærmere opregnede – årsager forelå), varelager (der skulle genkøbes til fuld pris), erstatning (efter meget vide retningslinier) ved uberettiget opsigelse, og om værneting. Endvidere blev forhandlerens ret til at udpege en bestemt efterfølger og til at lade kontrakten falde i arv, fastslået.

Ud over det her nævnte findes, så vidt vides, ingen præceptive speciallove om eneforhandling eller »autoriseret« (franchised) forhandling i USA og Vesteuropa.

B. Domspraksis

1. Generelt. At korrigere kontraktspraksis gennem domsafgørelser – som det allerede i et vist omfang har fundet sted – er for så vidt den mest nærliggende mulighed.

En række indvendinger kan imidlertid gøres, såvel mod fremgangsmådens effektivitet som mod dens målrettethed.

Enhver domsafsigelse kan ifølge sagens natur kun rette sig mod det konkret forelagte tilfælde med alle dets faktiske og retlige omstændigheder. En forudsætning for, at den enkelte retsafgørelse kan virke afgørende ind på en større del af kontraktsområdet, er, at en betydelig enhed forefindes såvel i kontrakternes udformning som i den måde, hvorpå de nærmere praktiseres. En forskellig udformning af bestemmelserne på blot et enkelt væsentligt punkt vil i givet fald kunne danne basis for tvivl om, hvorvidt præjudikatet bør anvendes analogt eller modsætningsvis. Når dette er sagt, må det dog også naturligt nævnes, at flere forhold omkring automobilforhandlerkontrakternes klausuler har fundet deres endelige og klare regulering gennem en række præjudicerende domme, især i USA; men ofte har det varet en rum tid.

Her rejser den anden indvending sig. Den periode, der hengår

mellem et opstået behov for en bestemt korrektion, og indtil en sådan regulering gennem domspraksis har fæstnet sig, er oftest overordentlig lang. Skønsmæssigt kan det anføres, at denne periode i forbindelse med flere af de vigtigste problemer i de amerikanske kontrakter har strakt sig over en halv snes år. I mellemtiden kan helt andre problemer være dukket op. – Korrigerende praksis gennem domstolenes virksomhed kan ikke siges at være effektiv på et kontraktsområde i hastig udvikling.

Især må det fremhæves, at domstolene som oftest er henvist til at korrigere de forelagte kontraktsbestemmelser, enten gennem fortolkning (med de begrænsninger, dette indebærer) eller ved anvendelse af de aftaleretlige generalklausuler. Det er således i reglen kun den grovere del af en uheldig kontraktspraksis, der kan rammes ad denne vej; de langt mere centrale og almindelige problemer lader sig på denne måde sjældent løse på den for samfundet mest ønskværdige måde.

2. Dette sidste fører dermed til spørgsmålet om, hvorvidt samfundet da ikke burde fremme den korrigerende domstolvirksomhed gennem lovfæstelse af *særlige klausuler* – af generelt tilsnit – hvorved domstolene hjemles en langt videre adgang til at foretage et frit skøn i hvert enkelt tilfælde og dermed gøre deres virksomhed langt mere målrettet. – Et eksempel herpå kendes, fra et andet område, med den danske gældsbrevslovs § 8.

Dette spørgsmål har navnlig været drøftet i forbindelse med standardvilkår i almindelighed. Meningerne har her været delte;*) og de argumenter, der er anført for og imod en sådan klausul, lader sig i det store og hele overføre på forhandlerkontrakternes specielle område. Det har især været fremhævet, at en generel utilbørligheds-regel eller ubilligheds-regel ikke tilfredsstiller kravet om normvished, idet det kan være umådelig kompliceret for alle parter at afgøre, om et i og for sig hårdt vilkår tør anses for åbenbart ubilligt i det enkelte kontraktsforhold.

På den anden side forøger en regel af denne art givetvis dom-

*) Jfr. Det 21. Nordiske Juristmøde, 1957, p. 154–155 og 160; Lando, Tidsskrift for Rettsvitenskap, 1966, p. 353.

stolsvirksomhedens effektivitet. Det har været fremhævet, at den svage part ikke bør beskyttes ved regler om fortolkning, men ved regler om, at visse byrdefulde klausuler i standardkontrakterne kan erklæres ugyldige.

Eksempler på generelle lovklausele af den her omhandlede art kendes bl. a. fra USA. Den såkaldte »Good Faith«-lov fra 1956 fastslog således, at leverandøren og forhandleren, tillige med deres funktionærer, skal handle i overensstemmelse med god forretningsskik. – For standard-købekontrakter i almindelighed fastslår Uniform Commercial Code,^{*)} at et byrdefuldt vilkår kan tilsidesættes i det omfang, det er ubilligt.

I de nordiske lande findes ingen aftaleretlige generalklausuler om »god forretningsskik« eller »utilbørighed«; ej heller på standardkontrakternes område. I Sverige og Finland har man imidlertid anvendt gældslovens § 8 analogt på kontrakter i almindelighed. En sådan fremgangsmåde er i Danmark afvist af Ussing.^{**)}

3. En nærmere omtale af den foreliggende *domspraksis* i forbindelse med automobilforhandlerkontrakter og eneforhandlingsaftaler er ikke synderlig formålstjenlig.

I USA findes en overmåde righoldig praksis,^{***)} hvis leading cases i en vis udstrækning er nævnt i afsnit 1.

I Vesteuropa er praksis betydeligt mere sparsom og af sporadisk karakter; af særlig principiel interesse er dog en tysk højesteretsdom,^{****)} der udstrækker Handelsgesetzbuch's regler om handelsagentens ret til »Ausgleich« til også – under visse betingelser – at omfatte eneforhandleren.

*) Afsnit 2 – 207.

**) Jfr. Enkelte Kontrakter, 2. udg., 1956, p. 84.

***) En systematisk oversigt over dommene indtil 1956 findes hos Hewitt, op. cit., p. 273–79.

****) BGHZ 34–282, dom af 16. II. 1961; jfr. Lando, Agenten og eneforhandleren i vesteuropæisk ret, 1965, p. 43.

C. *Administrativ kontrol*

1. Specialorgan. En tredje mulighed består i at overlade et til dette formål velegnet administrativt organ en mere eller mindre vidtrækkende kontrol med de særlige kontraktens udformning.

Metoden rummer formentlig den fordel, at den lader de mulige korrektioner optræde med stor målrettethed, og med megen smidighed alt efter de vekslende behov. Om den er nem at gennemføre og praktisere, må afhænge af den nærmere udformning, men er i øvrigt vanskeligt at overskue. Noget lignende kan siges om den effektivitet, hvormed et sådant organ vil kunne lede kontraktspraksis ind i samfundsønskelige baner.

Især i forbindelse med problemerne omkring standardkontrakter har fremgangsmåden været drøftet.

a. I Norden har Curt Olsson fremlagt^{*)} en skitse til et organ, der på begæring skulle kunne stadfæste standardkontrakternes faste vilkår. Organet skulle drage omsorg for, at alle interesserede parter ville få lejlighed til at udtale sig – gennem organisationer eller udpegede repræsentanter. Myndigheden skulle endvidere kunne overvåge, at intet vilkår, trods forhandlinger mellem parterne, blev åbenbart ubilligt. Der skulle være mulighed for regres over for organets afgørelser. Virkningen af en stadfæstelse skulle i første række være den, at en domstol ikke skulle kunne underkende et sådant vilkår.

Fortalerne for en sådan ordning påpeger, at den fornødne sagskundskab og brancheindsigt – som domstolene ikke kan formodes at besidde – er tilført disse spørgsmåls behandling.^{**)} Forslagets kritikere^{***)} har bl. a. indvendt, at det – som det var udformet – sandsynligt ville medføre en betydelig og kostbar administration; at det af parterne ville blive mødt med negativitet, og blive betragtet som indblanding; samt at det ikke rummede nogen garanti for, at administrationen ikke ville føre en videregående kontrol med og indblanding i kontraktsforholdene, end formålet nødvendiggjorde.

^{*)} Se Det 21. Nordiske Juristmøde, 1957, p. 152 ff.

^{**)} Jfr. Det 21. Nordiske Juristmøde, 1957, p. 155 ff, og bilag VI, p. 46 ff. Lando, Tidsskrift for Rettsvitenskap, 1966, p. 360 ff.

^{***)} Især A. Vinding Kruse, jfr. Juristmødet, op. cit., p. 161.

b. I *Israel* er et organ, der på mange måder minder om det af Curt Olsson foreslåede, blevet oprettet ved Loven om standardkontrakter af 1964. Det israelske organ er et nævn, der er sammensat af både leverandør- og kundeinteresser. Det træffer sine afgørelser under en almindelig kontradiktorisk procedure, hvorunder også rigsadvokaten eller dennes repræsentant skal have lejlighed til at ytre sig.

Nævnet kan nægte at godkende de standardkontrakters byrdefulde bestemmelser, der forelægges af leverandøren. I afgørelsen skal der tages hensyn til kontrakten i sin helhed; også andre relevante omstændigheder kan inddrages i vurderingen af bestemmelserne. Loven opregner begrebet »byrdefulde bestemmelser« på en meget vidtrækkende måde (§ 15).

Nævnets afgørelser kan appelleres til Højesteret. Herudover kan ingen af nævnets godkendte bestemmelser tilsidesættes af nogen domstol. Nævnet kan i øvrigt kun godkende eller nægte at godkende en klausul, ikke ændre den, og godkendelsen har normalt gyldighed i fem år.

Såvidt vides, har anmodningerne til nævnet om godkendelse hidtil været relativt få. Den skepsis, dette kunne give anledning til, er dog foreløbig ikke berettiget, da der endnu ikke er foretaget nogen grundig undersøgelse af lovens indirekte indflydelse på den almindelige praksis omkring standardkontrakternes oprettelse og formulering.

2. Monopolorganer

a. Generelt. En særlig mulighed for at benytte sig af et administrativt kontrolorgan ligger i anvendelsen af de allerede etablerede monopolorganer i de lande, hvor sådanne findes.

Af de to principielle hovedformer for monopollovgivning – forbudslove og kontrollove – vil det antagelig kun være lovgivning, der er baseret på et kontrolprincip, der afgiver mulighed for korrigerende indgreb i kontraktspraksis på dette område. Sædvanligvis vil det også fortrinsvis være i sådanne tilfælde, at et muligt egnet administrativt organ overhovedet eksisterer.

Monopollovgivning behøver ikke nødvendigvis på forhånd på dette område at være begrænset til at omfatte egentlige *ene*-forhandlingsaftaler. I denne vurdering, der angår forholdet mellem leverandør og forhandler, kan monopolet i givet fald bestå i leverandørens dominerende stilling som eneste leverandør af netop den vare, på salget af hvilken forhandlerens hele virksomhed er indstillet.

At anvende eksisterende monopolorganer og monopollovgivning til at varetage samfundets interesser i forholdet mellem fabrikant og forhandler har det praktiske argument for sig, at en sådan ordning er relativ let at etablere. Det vil være nemmere at udbygge de bestående organer end at instituere helt nye.

Imidlertid kan der formentlig rejses visse principielle indvendinger. Den lovgivning, monopolorganerne er baseret på og arbejder efter, er selvsagt rettet mod samfundets monopoler og monopol-lignende dannelser. Hvis der ikke kan påvises en betydelig lighed mellem sådanne fænomener – som de måtte være beskrevet i lovgivningen – og visse af de typiske kontraktsformer i automobilbranchens leverandør-forhandlerled, vil det ikke være muligt for de pågældende administrative organer at gribe ind i fornødent omfang. Det er med andre ord nødvendigt at undersøge spørgsmålet: Er monopoler og de samfundsmæssigt tvivlsomme forhandlerkontrakter af samme karakter?

Stillingen mellem leverandøren og hans forhandlere kan vel frembyde adskillige monopollignende træk. Det er imidlertid tidligere fremhævet, at leverandørens dominerende stilling også skyldes en række andre faktorer end denne, at kun han kan levere den for forhandleren påkrævede vare. Disse faktorer blev sammenfattet i udtrykket »status« eller »strategisk position«. Fabrikanten og hans forhandlere besidder en forskellig strategisk position. Det er også blevet fremhævet, at sådan forskel i status eller strategisk position i stedse stigende grad er karakteristisk for de fleste liberalistisk indstillede samfund. Hvor monopolet i sådanne samfund er noget ekstraordinært, er den uensartede strategiske position noget ganske normalt.*)

* I samme retning går Günther Petersen, Ansvarsfraskrivelse, 1957, p. 187.

b. Eksempler. Når disse indvendinger er fremsat, må man imidlertid vende sig mod spørgsmålet, hvorledes de lande, der har en monopollovgivning baseret på kontrolprincippet – det vil her sige de fleste vesteuropæiske stater, men ikke USA – rent *faktisk* forholder sig til branchens standardiserede (ene)forhandlerkontrakter.

Summarisk kan det anføres, at i de fleste vesteuropæiske lande anses eneforhandlingsaftaler i almindelighed ikke for stridende mod monopolreglerne. I Frankrig er det betinget af, at der foreligger gensidig eksklusivitet, og i England fordres det, at ingen af parterne er en sammenslutning af erhvervsdrivende.*)

En nærmere redegørelse for dansk monopolpraksis over for eneforhandlingskontrakter vil være naturlig her. Endvidere må Fællesmarkedets stilling til disse spørgsmål anses for særlig vigtig.

1°. I Danmark har man været inde på, at eneforhandlingsaftaler – og standardkontrakter inden for automobilbranchen i det hele taget – hvor det er påkrævet, kan imødegå efter bestemmelserne i Monopolloven af 1955.

Efter denne lovs § 11 påhviler det Monopoltilsynet, hvor det forefinder væsentlig konkurrencebegrænsning (jfr. § 2) af en sådan art, at det kan medføre urimelig indskrænkning i den frie erhvervsudøvelse, at søge forholdet bragt til ophør gennem forhandling med de pågældende parter. Lykkes dette ikke, kan tilsynet i givet fald (efter § 12, stk. 3) udstede et kontraheringspålæg eller pålæg om hel eller delvis ophævelse af den pågældende aftale eller pålæg af anden art (jfr. § 12, stk. 2).

I forslaget til loven var et generelt forbud mod eneforhandlingsaftaler optaget, dog med dispensationsadgang. Da dette forslag blev forkastet, kan det således udledes, at lovens tilblivelse byggede på den antagelse, at ikke alle eneforhandlingsaftaler er urimelige; disse kontrakter er undergivet lovens almindelige urimelighedsbedømmelse.**)

I motiverne til § 12, stk. 3 er det anført, at pålæg ikke vil kunne gives om »leverancer, der ville kunne bryde eksisterende enefor-

*) Spørgsmålet er omtalt – med henvisninger – hos Lando, Agenten og eneforhandleren i vesteuropæisk ret, 1965, p. 49 ff.

**) Jfr. Koktvedgaard, Kontraheringspligt, 1960, p. 55.

handlerrettigheder«. Denne udtalelse kan imidlertid næppe antages at være bindende efter sin fulde pålydende.*)

Det må herefter antages, at eneforhandlingsaftaler principielt er underkastet monopollovens vurderingsnormer og sanktionsmuligheder. Betingelserne for anvendelse af sanktioner er således 1) at der foreligger en konkurrencebegrænsning, der er væsentlig i § 2's forstand; 2) at der foreligger en urimelig indskrænkning i den frie erhvervsudøvelse (denne sidste betingelse er alternativ med andre, men er for forholdet mellem automobilfabrikant og -forhandler af den betydeligste relevans).

I bedømmelsen af konkurrencebegrænsningens væsentlighed må der bl. a. tages hensyn til kontraktens omfang og praktiske virkninger. Med hensyn til urimelighedskriteriet har det været hævdet, at det i eneforhandlingsforhold bør fortolkes meget snævert.**)

Der bør således stilles store krav til graden og karakteren af kontraktens indskrænkning af forhandlerens frie erhvervsudøvelse, før Monopoltilsynet kan skride ind.

Er disse betingelser opfyldt, må det imidlertid også antages, at monopolloven hjemler en klar ret for myndighederne til at skride ind på forskellig korrigerende vis. Monopoltilsynet indtog formentlig også – indirekte – dette standpunkt ved en kendelse i 1957, hvorefter man undlod at gribe ind i forholdet mellem en motorcykelleverandør og en forhandler med den udtrykkelige begrundelse, at sælgerens leveringsstandsning »ikke i væsentlig grad kunne antages at hæmme klageren i hans erhvervsudøvelse«.

At der fordres en højere grad af urimelighed, end formentlig de fleste danske eneforhandlingskontrakter inden for automobilbranchen frembyder, fremgik af Monopoltilsynets kendelse af 13. juni 1964 – en kendelse, der siden blev stadfæstet af Monopolankenævnet. I den pågældende sag blev der rejst klage fra en Ford-forhandler over leverandørens opsigelse af kontrakten. Forhandlerens firma havde solgt Ford-vogne siden 1925 – firmaet grundlagdes af den opsagte forhandlers far, der lod sin søn uddanne på Fordvirksomheder bl. a. i England og USA. Den sidst

*) Jfr. herved bemærkningen i Folketingstidende 1953/54 A, sp. 1239, samt Kockvedgaard, op. cit., p. 149 f.

**) Jfr. Kockvedgaard, op. cit., p. 150 med henvisninger.

indgåede kontrakt var fra 1954. Den indeholdt de for Fords kontrakter sædvanlige bestemmelser om salgsvirksomheden, overdragelse, død, levering etc., etc. Endvidere rummede aftalen en eksklusivklausul; forhandleren havde enesalgsret. Det oplystes, at den i virksomheden bundne kapital androg over én million kroner.

Ford opsagde i 1963 kontrakten med elleve måneders varsel, motiveret med forhandlerens svigtende salg, set i forhold til indregistreringsprocenterne på stedet. Forhandleren gjorde for Monopoltilsynet gældende, at der forelå en konkurrencebegrænsning af den i § 2 omhandlende art, og at denne begrænsning medførte en urimelig indskrænkning i hans frie erhvervsudøvelse, samt at dette forhold kun kunne imødegås efter Monopollovens § 12, enten stk. 2 eller stk. 3. Han nedlagde påstand om, at Ford tilpligtedes at levere sine produkter til ham, principalt på ubestemt tid, subsidiært i fem år, mere subsidiært i et af nævnet fastsat tidsrum.

I sin kendelse afslog Ankenævnet at følge forhandlerens påstand, (bl. a. fordi leveringsstandsningen i det konkrete tilfælde ikke kunne anses for usagligt begrundet). Det fremgik imidlertid også af kendelsen, at nævnet medgav forhandleren, at der forelå en konkurrencebegrænsning af den i § 2 omhandlede art, samt at denne konkurrencebegrænsning indebar en væsentlig indskrænkning i forhandlerens frie erhvervsudøvelse, men at indskrænkningen ikke kunne anses for *urimelig* i Monopollovens forstand.

Med denne kendelse vil således langt de fleste danske automobilforhandlerkontrakter – om ikke alle – falde uden for urimelighedskriteriets område. Givet er det imidlertid, at Monopoltilsynet nærer den største interesse for branchens forhold, hvilket senest har manifesteret sig i Tilsynets redegørelse af 13. marts 1968 om priser, avancer og salgsvilkår m. m. inden for handelen med automobiler. Et særligt kapitel i denne redegørelse omhandler forhandlerkontrakterne.

2°. Et spørgsmål af særlig interesse er *Rom-traktatens* bestemmelser og deres anvendelse på eneforhandlingsaftaler. Art. 85 stk. 1 fastslår, at aftaler, vedtagelser og stiltiende konkurrencebegrænsning, der kan påvirke handelen mellem medlemslandene, og som har til formål eller til følge at hindre, begrænse eller forrykke

vilkårene for handelen inden for Fællesmarkedet, er forbudt. Stk. 3 åbner en dispensationsadgang, såfremt følgende fire betingelser alle er opfyldt: 1) Aftalen skal bidrage til en forbedret produktion eller distribution af varen eller dog fremme den tekniske eller økonomiske udvikling; 2) forbrugerne skal sikres en rimelig andel af fordelene herved; 3) parternes handlefrihed må ikke begrænses på en måde eller i en udstrækning, der er unødvendig for opnåelsen af de under 1 nævnte mål; 4) aftalen må ikke give parterne mulighed for at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende varer.

Disse regler må formentlig betragtes som manifestationer af et forbudsprincip. Hvor man i det amerikanske forbudssystem hovedsageligt har vendt sig mod prisaftaler, tjener Rom-traktatens regler imidlertid snarere som et værn mod private virksomheders adgang til faktisk at genoprette de geografiske barrierer, som traktaten nedbryder. Udover denne funktion er der imidlertid grund til at tro, at den til grund for traktatbestemmelserne liggende filosofi er af samme karakter som de amerikanske antitrust-betragtninger: at økonomisk ekspansion finder bedst vilkår i et samfund uden konkurrencebegrænsning.*)

Det har været højst uklart, hvorledes eneforhandlingsaftaler måtte betragtes i forhold til art. 85. Konkurrencereglerne administreres af direktoratet for aftaler og monopoler, der hører under Kommissionen. Et meget stort antal eneforhandlingsaftaler blev i årene efter traktatens ikrafttræden anmeldt til direktoratet, med den dobbelte virkning, at sådanne aftaler dels opnåede gyldighed, indtil der blev skredet ind over for dem, og dels kunne underkastes en prøvelse med henblik på mulig dispensation efter stk. 3.***) Da man anså en lang række eneforhandlingsaftaler for ganske uskadelige, og da den administrative byrde efterhånden blev uoverskuelig, blev der i 1965****) givet Kommissionen bemyndigelse til at fastsætte nærmere regler om en »gruppEFriholdelse« af ufarlige eneforhandlingsaftaler. Imidlertid afsagde Luxemburg-domstolen den 13. juli 1966 dom i sagen Grundig og Consten mod

*) Jfr. Philip, Ugeskrift for Retsvæsen, 1962 B, p. 252.

**) Jfr. Forordning nr. 17 af 13. marts 1962.

***) Jfr. Forordning nr. 19 af 2. marts 1965.

Fællesmarkedets Kommission.*) Med denne dom blev en række principielle spørgsmål vedrørende Kommissionens holdning over for eneforhandlingsaftaler afklaret.

Et tysk firma havde givet en fransk forhandler eneretten til forhandling af firmaets varer (båndoptagere o.l.) i Frankrig og Saar-området. Firmaet garanterede, at dets øvrige forhandlere var forpligtet til ikke at eksportere til andre franske forhandlere, der var således tale om en fuldt beskyttet eneforhandlingsret. En tvist opstod, da en konkurrerende fransk forhandler – for hvem det alligevel var lykkedes at opnå import fra en tysk forhandler – begyndte at forhandle den tyske vare. Den franske appelret udskød sagen, indtil Kommissionen på begæring af en af parterne havde haft lejlighed til at udtale sig om, hvorvidt den pågældende aftale var i strid med art. 85.

Kommissionen svarede bekræftende herpå. Denne afgørelse blev anlagt til prøvelse ved Fællesmarkedets domstol, der i sin kendelse i alt væsentligt fulgte Kommissionens afgørelse.

Det blev af domstolen fastslået:

a. Art. 85 stk. 1 omfatter eneforhandlingsaftaler (altså ikke blot – som hævdet – horisontale, men også vertikale aftaler, idet også sådanne aftaler kan afføde konkurrencebegrænsning).

b. Den blotte mulighed for, at aftalen *kan* påvirke handelen mellem medlemslandene, er tilstrækkelig til at bringe den ind under art. 85. (Domstolen var her i skarp modstrid med generaladvokaten). – Det er underforstået, at med »påvirke« menes »påvirke *skadeligt*«.

c. Selv om det kun er konkurrencen mellem forhandlere af samme fabrikat, der begrænses, er dette tilstrækkeligt til at konstituere konkurrencebegrænsning i art. 85's forstand.

d. En forhandler kan gives ret til inden for sit distrikt at være den eneste, som *direkte* kan købe af fabrikanten med videresalg for øje.

*) Jfr. Recueil de la jurisprudence de la cour de justice des communautés européennes, XII, 429.

e. Art. 85, stk. 3, blev i den konkrete sag afslået anvendt, imod sagsøgerens anbringender om, at en ikke sikret eneret bl. a. ville bevirke, at der 1°, ikke ville kunne foruddisponeres med hensyn til salg og lagerbeholdning, 2°, ikke vil kunne ydes detailkøberen fornøden garanti og service, samt 3°, ikke ville kunne afholdes omkostninger til markedsanalyse og markedspleje (da sådanne foranstaltninger ville komme eventuelle andre importører af varen til gode).

Med Grundig-sagen – suppleret af andre samtidigt afgjorte sager om eneforhandlingsaftaler og monopoler – blev der skabt så megen klarhed, at Kommissionen i marts 1967*) kunne fastlægge den fremtidige ramme for sådanne aftalers gruppefriholdelse.

Efter denne forordning er aftaler, hvor leverandøren forpligter sig til inden for et bestemt område kun at levere til forhandleren, fritaget for anmeldelse, idet de betragtes som uskadelige; dette gælder også, selv om aftalen udbygges med forhandlerens løfte om kun at aftage og forhandle leverandørens varer – altså en eksklusivklausul. Undtaget fra gruppefriholdelsen er kontrakter, hvorved parterne vanskeliggør det for andre mellemhandlere eller forbrugere i distriktet at skaffe varerne hos forhandlere inden for Fællesmarkedet.

For de aftaler, der efter dette stadig er anmeldelsespligtige, kan dispensationen i art. 85, stk. 3 formentlig kun meget sjældent tænkes bragt i anvendelse. Det kan derfor siges, at den oprindelige dispensationsadgang – der sikkert var tænkt praktiseret i ret vidt omfang – med Forordning nr. 67 i realiteten er konverteret til et stærkt indsnævret anvendelsesområde for den – principielt fastholdte – forbudsordning. Kommissionen – og Domstolen – har kunnet fortolke art. 85 så restriktivt gennem en accentuering af ordet, »skadelig« – som uheldigvis ikke er medtaget i den danske oversættelse.**)

*) Jfr. Forordning nr. 67 af 22. marts 1967.

**) Den franske tekst giver med ordet »affecter« ikke klart udtryk for, at påvirkningen skal være skadelig. I modsætning hertil står den hollandske – »ongunstig beïnvloeden« – og den italienske udformning – »pregiudicare« – hvorimod den tyske version – »beeinträchtigen« – er mere tvivlsom. Jfr. Philip, op. cit., p. 254.

Af denne praksis kan udledes, at langt de fleste automobilforhandlerkontrakter herefter vil være fritaget for anmeldelse. – Det erindres herved, at også alle kontrakter mellem et ikke-fællesmarkedsland og et medlem af EEC principielt er omfattet af art. 85, blot den er egnet til at påvirke handelen med Fællesmarkedets medlemslande.

For det første er alle kontrakter, der ikke – retligt eller faktisk – yder forhandleren en *enesalgsret*, fritaget for anmeldelse. Dernæst må det antages, at de eneforhandlingsaftaler, der kun sanktionerer salg uden for distriktet med erlæggelse af en serviceprovision, er omfattet af gruppefriholdelsen – uanset om de tillige rummer en eksklusivklausul. Et spørgsmål er det imidlertid, om visse kontrakters bestemmelser om, at salg til kunder (mellemhandlere eller forbrugere) i en anden forhandlers distrikt, foruden serviceprovisionen sanktioneres med en overtrædelsesprovision, ikke må anses for at stå uden for gruppefriholdelsens område. Problemet har, så vidt vides, endnu ikke fundet sin afklaring. Men det må formentlig antages, at hvor overtrædelsesprovisionen når over en vis størrelse, er tilfældet omfattet af Forordningens art. 3, b, 2; efter denne bestemmelse er gruppefriholdelsen ikke gældende, hvor »parterne vanskeliggør det for andre mellemhandlere eller forbrugere at skaffe varerne hos andre forhandlere i Fællesmarkedet, navnlig hvis parterne benytter andre rettigheder eller træffer andre foranstaltninger til at forhindre forhandlere eller forbrugere i andre områder inden for Fællesmarkedet i at købe varerne eller i at sælge varerne i eneretsområdet«.*)

*) Om Rom-traktatens art. 85, se Philip, op. cit. p. 249–255; Lund-Nielsen, Juristen, 1965, p. 463 ff; Lando, Agenten og eneforhandleren i vesteuropæisk ret, 1965, p. 51 ff. og Ugeskrift for Retsvæsen, 1968 B, p. 29–38.

Konklusion

Analysen af automobilforhandlerkontrakten viser en kontraktstype, der nok er særlig præget af den vare, hvis omsætning er dens egentlige formål, men som på den anden side også har så mange træk fælles med andre kontraktstyper, at det forekommer naturligt og rimeligt at foretage visse sammenligninger og drage enkelte konklusioner.

Undersøgelsen har vist, at den danske automobilforhandlerkontrakt på visse ikke uvæsentlige punkter endnu ikke har nået den udvikling henimod rimelighed set fra forhandlerens synspunkt, som kendetegner tilsvarende kontrakter i udlandet og især USA. Denne manglende rimelighed forekommer særlig markant i betragtning af, at sammenligningen med andre kontraktstyper har klargjort, at automobilforhandlerkontrakten i særlig grad kan betegnes som et dokument, der ikke er udtryk for den ligestilling mellem parterne, som er typisk for det klassiske kontraktsbegreb, og som vel er den egentlige begrundelse for reglen om kontraktfrihedens grundsætning. Parternes strategiske position ved kontraktsindgåelsen, deres faktiske forhandlingsmuligheder har vist sig så forskellige, at resultatet – forhandlerkontrakten – bærer præg af i langt højere grad at beskytte leverandørens interesser end forhandlerens legitime krav på at drive sin forretning som han finder det rigtigt.

Årsagen til denne ulighed må søges blandt mange faktorer, og flere er i det foregående søgt påvist. Skal en enkelt medvirkende årsag fremhæves, bør det være den omstændighed, at forhandlerne af let forståelige grunde har ønsket at opretholde deres status som selvstændige forretningsmænd for derved at understrege, at en forhandler selv bærer den chance og den risiko, der er forbundet med forhandlervirksomhedens drift.

Det følger af dette synspunkt, at forhandleren må vende sig imod den opfattelse, at han er agent for ét eller flere automobil-

mærker, for på denne måde at undgå at komme i et principal/funktionær-lignende forhold til leverandøren.

Den gennemførte analyse har demonstreret, at denne traditionelle opfattelse af forholdet mellem leverandør og forhandler næppe er hensigtsmæssig. Kontraktsforholdet er ikke et enten/eller, men viser tværtimod, at medens køber/sælger relationen er en fuldstændig adækvat beskrivelse af en del af forhandlerens virksomhed såvel over for publikum som over for leverandøren, er der andre sider af kontraktsforholdet, der slet ikke stemmer hermed. På visse punkter er forhandlerens status præget af endog større afhængighed til leverandøren end den, der er kendetegnet for principal/funktionær-forholdet.

Det har følgelig været nødvendigt at behandle de i automobilforhandlerkontrakten statuerede rettigheder og pligter hver for sig for – uafhængigt af dogmatiske synspunkter – at konstatere deres rækkevidde og indhold.

Denne fremgangsmåde har ført til den konklusion, at man udmærket kan tænke sig, at der fra samfundets side udøves en vis kontrol med nogle af automobilforhandlerkontraktens bestemmelser – især vedrørende kontraktsforholdets ophør – uden at man tager den købmandsmæssige chance fra forhandleren. En sådan kontrol vil selvsagt ikke gøre forhandleren til leverandørens funktionær, men vil tværtimod kunne tjene til at skabe den ligestilling mellem parterne som er betingelsen for et gnidningsfrit samarbejde mellem to i virkeligheden lige nødvendige led i en meget betydelig del af samfundets omsætning.

Hvorvidt en kontrol af denne art er ønskelig, afhænger til syvende og sidst af, om man kan finde det balancepunkt, der på den ene side beskytter den svagere part i kontraktsforholdet og på den anden side tilsikrer den handlefrihed for begge parter, som er forudsætningen for, at branchen kan tilpasse sig stadigt ændrede samfundsøkonomiske forhold. Denne problemstilling er klassisk. Gennemgangen af fremmed ret har imidlertid vist, at problemet for så vidt angår automobilforhandlerkontrakter ikke er uløseligt.

Stikordsregister

- Adhæsionskontrakter, begreb 119ff
se i øvrigt Standardkontrakter
Administrativ kontrol 146ff
Aftagepligt, forhandlerens 68ff, 113
statistik 103
samfundsinteresser 132
Agent, forhandleren som – 63f, 112, 117f
begreb 108f
Anullering af ordre ved opsigelse, se Opsigelse
Ansvarsfraskrivelse, leverandørens – 40ff, 60ff
Avertering, se Reklame
- Baisse-klausuler 56
Betalingsvilkår 58f
Bonusklausuler 36
Bootlegging 73f, 132
Bruttoprissystem 28
- Danmarks Automobil-Forhandler-Forening 99
Demonstrationsvogne 17, 20f
Detailpris, se Salgspris
Direkte salg, leverandørens – 79, 82
Driftskapital, se Kapitalkrav
Død, forhandlerens – 50ff, 90f
- Effektivt salg, krav om – 13ff
Eksklusivrepræsentation 25ff, 80, 89
statistik 102
Embryonære aftaler 107, 113
Eneforhandlingsret 39, 77ff
statistik 102
samfundsinteresser 132ff
– i relation til monopol 149ff
- Forhandleren, social beskyttelse af – 135ff
Fortolkning af kontrakten 64f, 119ff, 124ff
- Garanti 61f
Genkøb, leverandørens – 44f, 48ff
Godtgørelse
– ved opsigelse 42ff, 87
– ved prisændring 55ff, 100f
– for overtrædelse af eneforhandlingsklausul 78ff, 84
Good-will 42, 45ff
- Handelsagent, se Agent
- »Ikke-agent«-bestemmelser 63f, 111
Indkøbspriser, ændring af – 55ff
Indregistreringsprocenter 38, 73
Inspektion, se Kontrolbestemmelser
International Office for Motor Trade and Repairs, se IOMTR
IOMTR (International Office for Motor Trade and Repairs) 23ff, 30, 35, 52ff, 81
- Kapitalkrav 29f
Konsignationsaftale 59, 111
Kontraktfrihedens grundsætning 123f
Kontraktstype 106ff
umiddelbare og middelbare indhold 106ff, 116ff
enhedsopfattelse 108ff
sui generis 114ff
opsplætning i to aftaler 116ff
Kontrolbestemmelser 31ff, 66f
Kvotefastsættelse, se Salgsmål
- Lager 21ff
godtgørelse ved opsigelse 42, 48ff
minimums – 22, 73
godtgørelse ved prisnedsættelse 100
Leveringspligt, leverandørens – 68ff, 75f, 107, 113f
ved opsigelse 97f
statistik 103
samfundsinteresser 132

Levering uden ordre, se Aftagepligt
 Lissabon-resolutionen 23, 29, 34f, 38,
 50, 52ff, 57, 62, 65, 81, 85, 99
 Løbetid, kontraktens – 87, 94ff

 Mekanikere, se Service
 Misligholdelse 89ff
 Monopolorganer 147ff
 Motor Vehicle Report 15, 19, 32, 37,
 66, 75, 90, 98, 122, 136
 Mundtlige tillægsaftaler, se Tillægs-
 aftaler

 Offentlig regulering af kontrakten
 138ff
 præceptiv lovgivning 139ff
 domspraksis 143ff
 administrativ kontrol 146ff
 Ophør af kontrakten 40ff
 samfundsinteresser 132
 Oplysningspligt, forhandlers – 70, 73
 Opsigelse
 godtgørelse ved – 42ff
 forhandleradgang til – 53ff
 leverandørens adgang til – 16, 85ff
 ubetinget 86ff
 generelle bestemmelser 88f
 misligholdelse 89ff
 varsel 86ff, 92ff
 annullering af ordrer ved – 97
 samfundsinteresser 130f
 Ordreafgivelse 71
 Overdragelse af kontrakter efter døds-
 fald 50ff
 ved salg 53f

 Præceptiv lovgivning, udenlandsk –
 139ff

 Reklame, forhandlers forpligtelse til –
 17f

 Repræsentanter, forhandlerens, se
 Salgsorganisation
 Reservedele, se Lager
 Risikoens overgang 60f
 Romtraktaten 151ff

 Salg 108
 Salgskommission 108
 Salgsmål 35ff
 15 % klausul 72f
 misligholdelse af – 91, 93
 Salgsorganisation 14
 geografisk dækning 30f
 samfundsinteresser – 133ff
 Salgsoverslag, se Oplysningspligt
 Salgspriser, faste – 28f
 prisændringer 55ff, 100f
 Salgsudstilling 19f
 godtgørelse ved opsigelse 42
 samfundsinteresser 134f
 Samfundsinteressere 129ff
 markedsdækning 130ff
 forhandlerens apparat 134f
 forhandlerens person 135ff
 Service 24f
 godtgørelse ved opsigelse 42
 samfundsinteresser 134f
 Standardkontrakter 110, 115

 Territorial beskyttelse, se
 Eneforhandling
 Tillægsaftaler, mundtlige – 66ff
 Transportudgifter 57f

 Underforhandlere, se
 Salgsorganisation

 Voldgiftsklausuler 64f
 Værnetingsaftaler 64f

Indhold

Introduktion	9
--------------------	---

FØRSTE AFSNIT

Kap. 1. Krav om effektivt salg	13
Indledning	13
A. Udviklingens hovedtræk	15
B. Krav til forhandlerens effektivitet i det direkte forhold til publikum .	16
1. Salgsvirksomheden	17
a. Reklame	17
b. Salgsudstilling	19
c. Demonstrationsvogne	20
d. Sammenfatning	21
2. Bil- og reservedelslager	21
3. Service m.m.	24
4. Eksklusivrepræsentation	25
5. Faste salgspriser	28
6. Kapitalkrav	29
C. Andre krav til forhandlerens effektivitet	30
1. En geografisk dækkende salgsorganisation	30
2. Kontrolbestemmelser	31
3. Fastlagte kvoter, salgsmål	35
D. Konklusion	38
 Kap. 2. Krav om begrænsning af leverandørens risiko i forholdet til forhandleren	40
Indledning	40
A. Bestemmelser vedrørende opgøret efter forholdets ophør	42
1. Opsigelse – godtgørelse eller anden skadesløsholdelse for:	
a. Salgslokaler og værksted	42
b. Good-will	45
c. Lager	48

2. Forhandlerens død	50
Indledning	50
a. Sikring af pårørende	51
b. Boets afvikling	53
3. Opsigelse	53
B. Konkrete bestemmelser	55
1. Prisændringer	55
a. Salgspriser	55
b. Indkøbspriser	57
2. Transportudgifter	57
3. Betalingsvilkår	58
4. Ansvar for leverede vogne	60
a. Risikoens overgang	60
b. Garanti	61
C. Generelle bestemmelser	62
1. »Ikke agent«-bestemmelser	63
2. Kontraktens fortolkning	64
3. Mundtlige tillægsaftaler	66
 Kap. 3. Krav, der tjener til tilrettelæggelse og udjævning af produktionen og afsætningen	68
A. Generelt – historisk	68
B. Oplysningspligt	70
C. Aftagepligt	71
1. Ordre	71
2. Bindende levering uden ordre	71
3. Bootlegging	73
D. Leveringspligt	75
 Kap. 4. Territorial beskyttelse (eneforhandling)	77
A. Generelt	77
1. Parternes interesser	77
2. Eneforhandlingsrettens udstrækning	78
B. Historisk beskrivelse	79
C. Nutidig beskrivelse	80
D. Leverandørens salg i distriktet	82
1. Begreb	82
2. Beskrivelse	83
 Kap. 5. Opsigelse	85
A. Opsigelsesgrunde	86

1. Ubetinget opsigelse	86
2. Opsigelse på grundlag af generelt formulerede bestemmelser	88
3. Opsigelse på grund af misligholdelse af kontrakten	89
B. Opsigelsesvarsel	92
C. Kontrakternes løbetid	94
D. Annullering af ordrer m.v. ved opsigelse	97
E. Konklusion	98

Kap. 6. Sammenhæng mellem visse kontraktsbestemmelser

forekomst	100
A. Generelt	100
B. 1. Lagerkrav – godtgørelse ved prisnedsættelse	100
2. Krav om salgsfaciliteter, udstyr etc. – tilbagekøbspligt af samme ved ophør	101
3. Eneforhandling – eksklusivrepræsentation	102
4. Sikring af fabrikantens good-will – godtgørelse for den af forhandleren (til fordel for fabrikanten) oparbejdede good-will	102
5. Forhandlerens aftagepligt – leverandørens leveringspligt	103

ANDET AFSNIT. Automobilforhandlerkontraktens retlige vurdering

Indledning	105
------------------	-----

Kap. 7. Automobilforhandlerkontrakten som kontraktstype ..

A. Kontraktens umiddelbare og middelbare indhold	106
B. Enhedsopfattelse af kontrakten	108
1. Identifikation af de relevante kontraktstyper	108
2. Sammenligning	109
3. Konklusion	110
C. Sui generis	114
D. Opspaltning i to aftaler	116

Kap. 8. Automobilforhandlerkontraktens fortolkning

A. Generelt (kontraktsfrihedens grundsætning i adhæsionskontrakter) ..	119
B. Fortolkningsregler	124
1. In dubio contra stipulatorem	124
2. Særlig regel om standardvilkår	125
3. Objektiviserende fortolkning	126
4. Konklusion	126

Kap. 9. Samfundets interesser	129
Indledning	129
A. Markedsdækning	130
B. Forhandlerens apparat	134
C. Forhandlerens person	135
Kap. 10. Samfundets muligheder for korrektion af kontrakts- forholdet	138
Indledning	138
A. Præceptiv lovgivning	139
1. Generelt	139
2. USA – Belgien – Frankrig	140
B. Domspraksis	143
1. Generelt	143
2. Særlige lovkláusuler	144
3. Praksis	145
C. Administrativ kontrol	146
1. Specialorgan	146
a. Nordisk forslag, 1957	146
b. Israel	147
2. Monopolorganer	147
a. Generelt	147
b. Eksempler	149
1°. Danmark	149
2°. EEC	151
Konklusion	156
Stikordsregister	158