



JURIDISKA FAKULTETEN  
vid Lunds universitet

Eric Backlund

# Tolkning av försäljningsklausuler i återförsäljaravtal

Examensarbete  
20 poäng

Lars Gorton

Avtalsrätt

vt 2002

# Förord

Jag vill tacka Lars-Olof Eklöf, chefsjurist vid Svensk Handel, Torbjörn Spector, jurist vid Svenskt Näringsliv, Henrik Ulander, biträdande generalsekreterare vid ICC:s Stockholmskontor och de huvudmän i återförsäljaravtal som på olika sätt varit behjälpliga under arbetets gång. De sistnämnda har begärt att få vara anonyma då informationen de lämnat varit av känslig natur.

Lund, juni, 2002.

Eric Backlund

# Sammanfattning

En viktig distributionskanal för många tillverkningsföretags försäljning är användandet av återförsäljare. Återförsäljaren köper och säljer i eget namn och för egen räkning. Majoriteten av återförsäljaravtalen inkluderar en ensamrätt för återförsäljaren. Ensamrätten kan vara formulerad på olika sätt och behäftad med diverse undantag, men i huvudsak innebär den att huvudmannen ger återförsäljaren ensamrätt att bedriva försäljning av huvudmannens produkter inom ett visst geografiskt område. Detta innebär att huvudmannen är helt beroende av återförsäljaren och dennes försäljningsansträngningar inom det område som ensamrätten avser.

Av denna orsak innehåller återförsäljaravtal regelmässigt någon form av klausul som behandlar återförsäljarens försäljning och/eller marknadsförings- och försäljningsansträngningar. Klausulerna kan vara utformade som en garanti att en viss angiven försäljning skall ske inom en viss tidsenhet. Avtalsparterna kan även avtala om ett försäljningsmål, d v s den förväntade minimiförsäljningen inom en viss tidsenhet. Ett alternativ är att avtala om graden av återförsäljarens försäljningsansträngningar, d v s inte om någon viss kvantitet eller summa. De vanligaste av de sistnämnda avtalsklausulerna är att återförsäljaren skall använda "best efforts", "best endeavours" eller liknande.

Ovanstående klausuler är många gånger formulerade på ett sätt som medger olika uppfattningar om vad som avses. Vad ligger t. ex. i begreppet "best efforts"? Vilka priser skall ligga till underlag för bedömningen av om ett försäljningsmål är uppnått och på vilket sätt skall beräkningen ske? Har parternas övriga agerande någon betydelse för beräkningen av en försäljningsgaranti? Dessa och liknande frågor behandlas i denna uppsats. De olika delfrågorna exemplifieras med rättspraxis i den mån sådan finns. I övrigt redovisas relevanta avsnitt av de mest förekommande standardavtalen för återförsäljare samt frågans behandling i doktrinen.

# Förkortningar

A.C.	Appeal Cases, (UK)
All. E.R.	All England Law Reports, Annotated, (UK)
Cir.	Circuit, (USA)
DHR	Det Danske Handelskammers responsa, (Danmark)
EÅ 93	Ensamåterförsäljaravtal (EÅ 93) (Köp i fast räkning för vidareförsäljning med ensamrätt)
F.2d.	Federal Reporter, Second Series, (USA)
HD	H[ö]ljesteretsdom, (Danmark)
HD	Högsta Domstolen, (Sverige)
ICC	International Chamber of Commerce
JT	Juridisk tidskrift vid Stockholms universitet
K.B.	King's Bench Division, English Law Reports, (UK)
NJA	Nytt juridiskt arkiv avd 1
N.E.2d	North Eastern Reporter, Second Series, (USA)
N.Y.2d	New York Reporter, Second Series, (USA)
N.Y.S.2d (USA)	New York Supplements Reports, Second Series, (USA)
ORGALIME prop.	Organisme de Liaison des Métalliques Européennes Regeringens proposition
SHD	S[ö]- og Handelsretsdom, (Danmark)
SHT	S[ö]- og Handelsretstidende, (Danmark)
T.L.R.	Times Law Reports, (UK)
UCC	Uniform Commercial Code, (USA)
UfR	Ugeskrift for Retsv[ä]sen, (Danmark)
W.L.R.	Weekly Law Reports, (UK)
YCA	Yearbook Commercial Arbitration

# Innehåll

1	Inledning	1
1.1	Allmänt	1
1.2	Definitioner	1
1.3	Problemställning	2
1.4	Syfte	2
1.5	Avgränsning	2
1.6	Material och metod	3
1.7	Disposition	3
2	Handelsagent- och återförsäljaravtal	4
2.1	Allmänt	4
2.2	Andra relevanta avtalsförhållanden	5
2.2.1	Kommissionsavtal	5
2.2.2	Licensavtal	5
2.2.3	Franchiseavtal	5
2.3	Närmare om handelsagenter	5
2.4	Närmare om återförsäljare	6
2.5	Avtalsförhållanden i återförsäljaravtal	8
3	Återförsäljaravtalets innehåll	11
3.1	Allmänt	11
3.2	Definitioner	12
3.2.1	Definition av avtalsparter	12
3.2.2	Definition av det geografiska området	12
3.2.3	Definition av produkter	13
3.3	Konkurrensförbud	14
3.4	Marknadsföring	15
3.5	Avtalstid	15
3.6	Avtalets upphörande	16
4	Ensamrätten	18
4.1	Allmänt	18
4.2	Undantag från ensamrätten	19
4.2.1	Återförsäljarens rätt till provision	20
5	Beräkning av försäljningskvantitet/summa	23
5.1	Allmänt	23
5.2.1	Försäljningsmål och försäljningsgaranti	27
5.2.2	NJA 1992 s 403	30
5.2.3	Skadestånd	33
5.3	Tidsaspekten	33

5.4	Prislistor	34
5.5	Nettofakturametoden	36
5.6	Paula Lee-fallet	39
6	Best efforts	44
6.1	Allmänt	44
6.2	Rättspraxis	46
6.3	Slutsats best efforts	52
7	Betydelsen av huvudmannens agerande	58
8	Avslutande sammanfattning	61
9	Källförteckning	63

# 1 Inledning

## 1.1 Allmänt

Denna uppsats behandlar huvudsakligen tolkningen av diverse försäljningsklausuler i återförsäljaravtal. Likt många andra juridiska frågor är det viktigt att ha i åtanke att ämnet för uppsatsen endast är en del i en helhet och måste ses i sitt sammanhang.

Trots att försäljningsklausuler i återförsäljaravtal tillmäts mycket stor betydelse, i synnerhet av huvudmannen, är det i realiteten oftast mycket svårt för huvudmannen att bevisa att återförsäljaren brutit i förpliktelse härvidlag. Bevisproblematikens betydelse till trots berörs denna endast flyktigt i uppsatsen men läsaren bör ha i åtanke att mycket av det som anges i uppsatsen gäller under förutsättning att det kan bevisas.

Bevisvårigheterna är en av orsakerna till att de flesta tvister med anledning av försäljningsklausuler görs upp i godo, utan inblandning av domstol. I de fall parterna inte lyckas nå en förlikning avgörs tvister i återförsäljaravtal vanligtvis av skiljedomstolar, vilket bl a har inneburit att materialunderlaget för uppsatsen varit begränsat. Det innebär också att en stor del av min analys bygger på analogislut från den rättspraxis jag lyckats hitta samt mina egna åsikter i frågan. Då sekretessen på området hindrar insyn bör läsaren vara medveten om att det troligtvis existerar någon slags osynlig praxis härrörande ur skiljeavgöranden, informella uppgörelser och olika branschsedvänjor. Huruvida mina slutsatser står i överensstämmelse med denna praxis är av uppenbara skäl svårt att avgöra.

I uppsatsen talas både om återförsäljaravtal och ensamåterförsäljaravtal. Frågeställningen i uppsatsen har störst relevans för ensamåterförsäljaravtal, men då tolkningsproblem även kan uppstå i återförsäljaravtal utan ensamrätt behandlas även dessa.

I en del kapitel är fotnoterna relativt omfattande. Den löpande texten innehåller den mest relevanta informationen. Denna exemplifieras och beskrivs därefter mer ingående i fotnoterna. Det skall understrykas att den information som ges i fotnoterna inte är mindre betydelsefull än den som ges i den löpande texten. Källhänvisningarna från den löpande texten anges i fotnoter och i de fall innehållet i fotnoterna har en källa anges källan inom parentes i fotnoten.

## 1.2 Definitioner

I denna uppsats kommer jag att benämna de olika parterna:

"huvudman" - "återförsäljare"/"ensamåterförsäljare" - "slutkund". Med huvudman avses huvudmannen i relationen till återförsäljaren. Huvudmannen är vanligtvis

tillverkare av produkten men kan även vara en köpare av tillverkaren som för sin egen vidareförsäljning använder sig av återförsäljare.

Begreppet slutkund kan vara missvisande såtillvida att slutkunden enligt min definition inte alltid är slutanvändare av produkten ur distributionsmässig synvinkel, utan ibland säljer produkten vidare till köpare längre ned i distributionskedjan. "Slutkund" skall tolkas så att denne är slutkund i förhållandet huvudman-återförsäljare-slutkund eftersom återförsäljaren per definition är kund (köpare) i förhållande till huvudmannen. Då den distributionsekonomiska aspekten ligger utanför ramen för denna uppsats saknar den något missvisande definitionen nämnvärd betydelse.

Det geografiska området som är föremål för återförsäljarens försäljning, med eller utan ensamrätt, benämns i denna uppsats "det geografiska området".

### 1.3 Problemställning

Hur kan klausuler i återförsäljaravtal avseende försäljningsmål och försäljningsgaranti samt liknande klausuler tolkas? Hur har frågan lösts i rättspraxis? Hur har frågan behandlats i den juridiska litteraturen?

### 1.4 Syfte

Syftet med uppsatsen är att i korthet redogöra för återförsäljaravtal i allmänhet och därefter beskriva hur klausuler i återförsäljaravtal avseende försäljningsmål och försäljningsgaranti samt liknande klausuler kan tolkas. I den mån frågorna har varit föremål för rättslig prövning eller har behandlats i den juridiska litteraturen är syftet vidare att redogöra för rättspraxis samt doktrin.

### 1.5 Avgränsning

Vad avser kärnfrågan som anges under problemställning har några avgränsningar inte gjorts med undantag för behandlingen av best efforts/endeavours-klausuler. Här har fokuserats på klausulernas användning i handelsagent- och återförsäljaravtal samt liknande avtal och betydligt mindre på klausulernas användning i andra avtalstyper. Vid redogörelsen för återförsäljaravtal i allmänhet har inte redogjorts för de konkurrensrättsliga aspekterna på ämnet. Påföljder vid bristande uppfyllelse av försäljningsklausuler redovisas endast då de har ett direkt samband med tolkningen av försäljningsklausuler. På grund av bristen på rättsavgöranden kommer jag ej att ha något tidsperspektiv på uppsatsen, d v s jag kommer inte att redogöra för eventuella förändringar över tiden avseende behandlingen av ämnet för uppsatsen. Bristen på rättsavgöranden och den likartade bedömning som flertalet rättsfall från olika länder uppvisar samt det faktum att majoriteten av tvister i återförsäljaravtal avgörs i skiljenämnder gör att jag ej heller kommer att redovisa hur ämnet har behandlats i olika jurisdiktioner.

### 1.6 Material och metod



Analys av svenska och utländska rättsavgöranden samt skiljeavgöranden. Analys av svensk och utländsk doktrin. Telefonintervjuer med jurister vid privata bolag och organisationer i Sverige.

## 1.7 Disposition

I kapitel 2 och 3 redogörs för handelsagenter och återförsäljare i allmänhet med tyngdvikt på de senare. Kapitlen bildar tillsammans med kapitel 4, som behandlar ensamrätten, en inledning till och bakgrund för uppsatsens huvudfråga. I kapitel 5 behandlas beräkning av avtalad försäljningskvantitet/summa, i kapitel 6 behandlas best efforts/endeavours-klausuler och i kapitel 7 redogörs för betydelsen av huvudmannens agerande. Innehållet i kapitel 5-7 är formellt uppdelat på tre kapitel men bör ses som en enhet eftersom frågorna som behandlas där har ett nära samband. En kort sammanfattning avslutar uppsatsen.

# 2 Handelsagent- och återförsäljaravtal

## 2.1 Allmänt

En av mindre och medelstora företag ofta använd distributionsväg för inhemsk försäljning men framför allt för export är handelsagenter och återförsäljare.<sup>1</sup> Fördelar med att anlita handelsagenter och återförsäljare är att de känner till marknaden, har ett kontaktnät, affärslokaler, kännedom om den lokala affärskulturen samt kan det lokala språket.<sup>2</sup> De är normalt sett också mindre kostnadskrävande distributionskanaler för huvudmannen än att etablera filial eller dotterbolag i utlandet.<sup>3</sup> Att avveckla ett agent- eller återförsäljaravtal är också betydligt enklare och billigare än att avveckla en filial eller ett dotterbolag.<sup>4</sup> Inget hindrar att en och samma distributör uppträder både som agent och återförsäljare.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup>Observera att den på distributörer ofta förekommande beteckningen "generalagent" inte är en juridisk beteckning. Namnet till trots kan generalagenten vara antingen agent, återförsäljare, kommissionär eller någon annan form av mellanman. Det som avgör vilken rättslig kategori generalagenten tillhör är det faktiska avtalsinnehållet mellan denne och huvudmannen.

<sup>2</sup>I valet mellan att ingå ett agent- eller återförsäljaravtal tas normalt en rad olika faktorer i beaktande. Mellanmannens finansiella situation är av stor betydelse. Om återförsäljaren hamnar i ekonomiskt trångmål riskerar huvudmannen att inte få betalt. Denna risk är, om inte obefintlig, i vart fall utspridd på ett större antal kunder i ett agentförhållande. Agentförhållandet har vidare den fördelen att huvudmannen känner till vilka kunderna är. Normalt har en återförsäljare större möjlighet än en agent att på plats ha ett reservdelslager och att kunna erbjuda service. Utvecklingen verkar dock gå mot att skillnaden i detta avseende blir mindre och mindre. I det enskilda fallet kan förutom nyssnämnda aspekter ett stort antal olika faktorer spela roll i valet av distributionskanal.

<sup>3</sup>Nyström, sid 22. I denna uppsats förbises dock helt de skatterättsliga konsekvenserna av utländska filialer och dotterbolag i koncernförhållande. Med beaktande av skattelagstiftningen kan det totala ekonomiska utfallet för huvudmannen variera beroende på i vilket land som produkten skall avsättas, organisationsform samt storleken på leverantörbolaget.

<sup>4</sup>Ur huvudmannens synvinkel är ingåendet av ett agent- eller återförsäljaravtal ofta ett sätt att testa en ny marknad. Om produkten visar sig sälja bra är det enkelt för huvudmannen att avveckla mellanmansförhållandet och etablera sig själv på den nya marknaden, antingen via filial, dotterbolag eller, mindre vanligt, genom att sälja direkt till kunderna. Inte sällan övergår ett agentavtal efter ett tag till att bli ett återförsäljaravtal eftersom det vanligtvis är ett mindre kostnadskrävande alternativ för huvudmannen.

<sup>5</sup>Nyström sid 60. En distributör kan alltså vara agent för en huvudman och återförsäljare för en annan. Men skillnaden kan även avse olika produkter av samma huvudman. Exempelvis kan distributören vara agent för försäljningen av produkten X och återförsäljare för produkten Y, båda tillverkade av huvudmannen Z. Vidare finns det inget som hindrar att distributören dessutom samtidigt iklär sig andra mellanmansrättsliga skepnader, exempelvis licenstagare, kommissionär eller "vanlig" försäljare, d v s försäljare av en produkt utan att det finns något varaktigt affärsförhållande mellan distributören och tillverkaren.

## 2.2 Andra relevanta avtalsförhållanden

Nedan skall ett antal övriga mellanmansrättsliga avtalsförhållanden kort beskrivas. Anledningen är att de på olika sätt kan vara relevanta för de frågeställningar som behandlas i uppsatsen. För det första kan ett avtal ha karaktären av mer än en avtalstyp. Ett återförsäljaravtal kan t ex även innehålla en upplåtelse av ett patent. För det andra kan problemet med tolkning av försäljningsmål, försäljningsgarantier och best efforts-klausuler uppstå även i dessa avtal.

### 2.2.1 Kommissionsavtal<sup>6</sup>

Kommission är ett uppdrag att företa en rättshandling för huvudmannens (kommittentens) räkning men i eget namn. Detta innebär att det endast är mellanmannen (kommissionären) som gentemot tredje man är ansvarig för avtalets fullgörande. Kommissionären är således själv avtalspart men har en redovisningsskyldighet gentemot kommittenten. Kommittenten kan i vissa situationer hålla tredje man ansvarig för avtalets fullgörande, medan tredje man inte får motsvarande rätt till direktanspråk mot kommittenten. Den huvudsakliga skillnaden mellan kommissionären och återförsäljaren är alltså att kommissionären företar rättshandlingar för någon annans räkning och i dennes intresse, medan återförsäljaren handlar för egen räkning.

### 2.2.2 Licensavtal

Licensavtalet är en upplåtelse av huvudmannen (licensgivaren) till mellanmannen (licenstagaren) att använda sig av licensgivarens patent, kunnande eller kännetecken.<sup>7</sup> Ersättning till huvudmannen utgår i form av royalty, ibland kombinerat med ett engångsbelopp vid avtalets ingående.<sup>8</sup> Liksom i återförsäljaravtal är ensamrätt vanligt förekommande.

### 2.2.3 Franchiseavtal<sup>9</sup>

Franchiseavtalet är en upplåtelse av huvudmannen (franchisegivaren) till franchisetagaren att bedriva verksamhet under franchisegivarens namn och att använda sig av de affärsmetoder som franchisegivaren anger. I franchiseupplåtelsen ingår industriella och immateriella rättigheter som varumärken, skyltar, logotyper, patent m. m. Karakteristiskt för franchiseavtal är den likriktade verksamhet som bedrivs av franchisetagarna.

## 2.3 Närmare om handelsagenter

---

<sup>6</sup>Källan för stycket är Ramberg, sid 85-86.

<sup>7</sup>Gorton (1993), sid 20.

<sup>8</sup>Gorton (1993), sid 98, 120.

<sup>9</sup>Källan för stycket är Iversen (1997), sid 206-208.

Definitionen på en handelsagent enligt svensk lag är den som i näringsverksamhet självständigt och varaktigt sluter avtal eller tar upp anbud i huvudmannens namn och för dennes räkning avseende försäljning eller köp av varor.<sup>10</sup>

Självständighetsrekvisitet drar upp skiljelinjen mellan anställda och handelsagenter och innebär att de senare är att betrakta som självständiga uppdragstagare.<sup>11</sup> Vid osäkerhet härvidlag får en bedömning göras där man ser till faktorer som arbetsledning, lokaler etc.<sup>12</sup> Begreppet varor definieras i lagens förarbeten som lösöre.<sup>13</sup>

Användande av handelsagenter ger upphov till två olika avtalsförhållanden. För det första föreligger det ett uppdragsavtal mellan huvudmannen och handelsagenten och för det andra sluts löpande köpavtal mellan huvudmannen och köparna. Agenten blir inte ägare till varorna han förmedlar. Han är således inte själv avtalspart utan förmedlar endast anbud till huvudmannen eller sluter avtal i dennes namn. En köprättslig aspekt på detta förhållande är att köparen får vända sig mot huvudmannen vid fel i godset. Det innebär vidare att agenten inte själv tar någon ekonomisk risk eftersom betalningen för varorna går direkt från kunden till huvudmannen. Det förekommer dock att agenten i förhållande till huvudmannen på olika sätt garanterar tredje mans fullgörande, s k del credere-ansvar eller -garanti och utgör ett undantag från det nyssnämnda förhållandet.<sup>14</sup> Ansvaret kan vara obegränsat eller belopps- eller procentandelsbegränsat till delar av huvudmannens vinst/ordersumma eller till delar av agentens kommission.

## 2.4 Närmare om återförsäljare

Återförsäljarens funktion är att i eget namn och för egen räkning köpa varor från huvudmannen för att sedan sälja dessa vidare till nya kunder.<sup>15</sup> Detta innefattar att huvudmannen och återförsäljaren är två av varandra oberoende parter.<sup>16</sup>

Återförsäljaren förvärvar till skillnad från handelsagenten äganderätt till varorna och tar därmed en i jämförelse med handelsagenten betydande ekonomisk risk. Återförsäljaren har även en ansvarsposition i förhållande till slutkunden avseende fel i godset. Återförsäljaren får i sin tur räkna av eventuella kostnader för detta mot huvudmannen. Inte sällan är huvudmannen och/eller återförsäljaren försäkrade mot kostnader av detta slag.

---

<sup>10</sup>1§, Lag (1991:351) om handelsagentur. Samtliga rekvisit i paragrafen måste vara uppfyllda för att räknas som en handelsagent.

<sup>11</sup>Tiberg, sid 106.

<sup>12</sup>Nyström, sid 52-57. Rättspraxis utgör här en betydelsefull rättskälla. Förutom arbetsledning och lokaler är andra bedömningsgrunder personlig arbetskyldighet eller ej, om arbete utförs åt en eller flera huvudmän, kostnadsansvar samt ersättning.

<sup>13</sup>prop. 1990/91:63, sid 52. Förutom fast egendom exkluderas även kommersiellt viktiga handelsvaror som exempelvis värdepapper och nyttjanderätter.

<sup>14</sup>Iversen (1997), sid 47.

<sup>15</sup>Christou, sid 135.

<sup>16</sup>Graupner, sid 884- 885, Christou, sid 137.

Användande av återförsäljare har för huvudmannen vidare den fördelen att huvudmannen inte blir bunden av återförsäljarens rättshandlande gentemot tredje part. Om återförsäljarens ekonomiska situation försämras drabbar detta inte huvudmannen annat än i den meningen att återförsäljarens försäljningsarbete och därmed avsättningsmöjligheterna för huvudmannens produkter försämras. Huvudmannen anses normalt inte bedriva verksamhet inom återförsäljarens område vilket undanröjer skyldighet att registrera företaget och riskera att bli föremål för avsättningslandets skatte- och redovisningsanspråk.<sup>17</sup>

För att räknas som återförsäljare krävs en varaktig relation avseende försäljning av varor. Ett enstaka köpavtal eller ett antal separata köpavtal under en viss tid är således inte tillräckligt. Exakt var gränsen går kan vara svårt att avgöra generellt. Man får vid en sådan bedömning se på omständigheterna i det enskilda fallet. Rimligtvis borde ramavtalets utformning tillmätas stor betydelse vid en sådan bedömning. Det faktum att det finns ett ramavtal och att det innehåller bestämmelser om försäljningsmål/garanti över en längre tid, uppsägningstid och konsekvenser av avtalets upphörande m m implicerar i sig ett varaktigt avtalsförhållande.<sup>18</sup>

Vidare är det avgörande att huvudmannen och återförsäljaren verkligen är två av varandra oberoende näringsidkare. En distributör, som av parterna formellt benämns återförsäljare, men som är så hårt uppbunden av huvudmannen att någon handlingsfrihet i egentlig mening inte förekommer löper stor risk att vid en eventuell rättslig bedömning bli direkt eller analogt betraktad som en handelsagent eller någon annan, definierbar eller odefinierbar form av mellanman. I en sådan situation uppkommer frågan om och i så fall vilka delar som skall gälla av det avtal som parterna benämnt återförsäljaravtal och agerat efter.

Den viktiga skillnaden i jämförelse med handelsagenten är att huvudmannen och slutkunden inte har en avtalsrelation. Återförsäljaren köper i eget namn och för egen räkning och förvärvar till skillnad från handelsagenten äganderätt till varorna. Huvudmannen kan således inte kräva slutkunden på betalning och slutkunden kan inte kräva huvudmannen på leverans av godset.

Till skillnad från handelsagenter finns det ingen speciell lagstiftning för återförsäljaravtal, utan utgångspunkten är avtalsfrihet.<sup>19</sup> Förutom köprättsliga och avtalsrättsliga principer kan analog tillämpning av kommissionslagen och handelsagentlagen komma i fråga. Det senare måste dock ske med stor försiktighet och rättsläget måste betraktas som ganska oklart.

---

<sup>17</sup>Christou, sid 137.

<sup>18</sup>Se vidare under 4.5

<sup>19</sup>Vissa undantag finns, t ex Belgien.

Med frånvaro av rättsregler avses avsaknad av civilrättsliga bestämmelser. De konkurrensrättsliga aspekterna på återförsäljaravtal faller i och för sig utanför ramen för denna uppsats, men dessa utgör ett högst påtagligt undantag till det nyssnämnda förhållandet. Här avses både nationella och överstatliga konkurrensbestämmelser vilka handfast dikterar vad som är tillåtet och otillåtet ur konkurrenssynpunkt. Det är av yttersta vikt att de konkurrensrättsliga reglerna inte överträds eftersom detta kan leda till att hela eller delar av avtalet blir ogiltigt. Vanligt är att återförsäljaravtalet utformas för att uppfylla kraven som ställs upp i EG:s gruppundantag för ensamåterförsäljaravtal.

Ersättning till agenten utgår i form av provision baserad på den förmedlade ordersumman vilket bland annat innebär att det är lätt för huvudmannen att beräkna kostnaden för agentavtalet.<sup>20</sup> Återförsäljarens behållning av transaktionerna är skillnaden mellan inköpspriset från huvudmannen och försäljningspriset till slutkunderna.<sup>21</sup>

Sakrättsligt gäller att varorna blir återförsäljarens egendom när de kommit i återförsäljarens besittning och är då åtkomliga för dennes borgenärer. För att huvudmannen skall ha säkerhet i godset krävs att denne gjort ett giltigt äganderättsförbehåll. Äganderättsförbehåll fungerar dock ej alltid i praktiken.<sup>22</sup> Det bästa sättet för huvudmannen att begränsa sin risk i detta avseende torde vara att ge återförsäljaren en viss kreditgräns, i kombination med att fortlöpande ha uppsikt över återförsäljarens ekonomiska situation. Ytterligare ett alternativ är bankgaranti. Nackdelen med detta är dock kostnaden.

## 2.5 Avtalsförhållanden i återförsäljaravtal

Relationen mellan återförsäljaren och huvudmannen rymmer två olika avtalsförhållanden. Dels är det själva återförsäljaravtalet som fungerar som ett ramavtal och behandlar aspekter som är gällande under hela avtalsrelationen, t ex lojalitets- och informationsplikt, eventuell ensamrätt och försäljningsmål/garanti. Därutöver tillkommer separata köpavtal varje gång återförsäljaren köper varor av

---

<sup>20</sup>Nyström, sid 22. Bestämmelserna om provision och annan ersättning till agenten som behandlas i Lag (1991:351) om handelsagentur utgör sammanfattningsvis ett relativt sett starkt ekonomiskt skydd för agenten. En fördel sett ur agentens synvinkel, jämfört med återförsäljaren, är att agenten kan förmedla avtal där mycket höga värden kommer i fråga utan att själv behöva investera.

<sup>21</sup>Tiberg, sid 106. Detta förhållande innebär teoretiskt sett att återförsäljaren har möjlighet att sätta vilka priser han vill vid vidareförsäljningen till slutkunderna. I praktiken är det dock mycket svårt att vid prissättningen gå utanför ett visst intervall. Om priset sätts för lågt blir skillnaden mellan inköps- och försäljningspris, och därmed vinsten, för liten. Sätts priset för högt blir varorna svåra att sälja. Detta innebär, åtminstone vad avser den löpande försäljningen, att det ekonomiska resultatet för återförsäljaren och agenten i praktiken skiljer sig mycket litet åt; ju större omsättning eller antal förmedlade anbud/ avtal, ju större förtjänst.

<sup>22</sup>För att ett äganderättsförbehåll skall vara giltigt krävs att det är uttryckligen avtalat senast i samband med leveransen av godset, samt att köparen är förhindrad att sälja varan vidare innan betalning skett.

huvudmannen. Återförsäljarens vidareförsäljning till slutkunderna ger i sin tur upphov till ett avtalsförhållande mellan återförsäljare och slutkund, men det avtalsförhållandet har i sig normalt ingen betydelse för avtalsrelationen mellan huvudmannen och återförsäljaren.<sup>23</sup>

De separata köpavtalen behandlar de individuella köpen och skiljer sig normalt inte från "vanliga" köpavtal, d v s de innehåller bestämmelser om varans art, betalningsvillkor, sanktionsmöjligheter vid parts bristande uppfyllelse av förpliktelse m m. Parternas rättigheter och skyldigheter enligt ramavtalet måste nog särskiljas från innehållet i de individuella köpavtalen och detta leder i de flesta fall inte till några problem. Ramavtalet och de separata köpavtalen behandlar typiskt sett olika frågor; ramavtalet behandlar aspekter som är gällande under hela återförsäljaravtalsrelationen och de löpande köpavtalen behandlar de individuella köpen. Problem kan dock tänkas uppstå i situationer då en eller flera aspekter behandlas på olika sätt i ramavtalet respektive det individuella köpavtalet. Detta kan vara fallet både då det individuella köpavtalet och ramavtalet är gemensamt framförhandlat och utformat, men kanske framförallt då ett individuellt köpavtal hänvisar till allmänna bestämmelser som innehåller regler som avviker från innehållet i återförsäljaravtalet vilka blir en del av avtalsinnehållet. Lösningen på nämnda problem är inte enhetlig men viss ledning kan sökas i rättspraxis.<sup>24</sup>

Ovan beskrivna förhållande leder till problem endast i de situationer då parterna har olika uppfattningar om vilket avtal som skall ha företräde vid regleringen av en viss fråga. Om båda parterna accepterar att ett avtal skall ha företräde uppstår normalt inget problem.<sup>25</sup> Problemet kan tyckas ha viss likhet med situationer då avtalsparter tillsänder varandra kolliderande standardavtal, s k battle of forms, med den betydelsefulla skillnaden att här har båda parter slutit ett avtal med samstämmiga viljeförklaringar (återförsäljaravtalet), vilket i sin tur kolliderar med ett annat avtal slutet av samma parter med samstämmiga viljeförklaringar (det individuella köpavtalet), vars avtalsinnehåll delvis strider mot vartannat. De lösningsmodeller som föreskrivs vid battle of forms kan därför inte utan vidare tillämpas här.

---

<sup>23</sup>Som anges längre fram kan ett försäljningsmål/garanti i ett ramavtal avse återförsäljarens försäljning till slutkunder vilket innebär att åtminstone den avtalade volymen i dessa köpavtal är av betydelse för avtalsrelationen mellan huvudmannen och återförsäljaren.

<sup>24</sup>Se t ex House of Lords-avgörandet *Rose and Franck Co. v J. R. Crompton and Brothers Ltd.* [1925] A. C. 445. Här upprätthölls giltigheten av individuella köpavtal som slutits inom ramen av ett återförsäljaravtal trots att det senare fränkandes giltighet, (rättsfallet sid 455).

<sup>25</sup>Det kan dock leda till framtida problem för den part som vid ett senare tillfälle av en eller annan orsak vill att samma fråga skall behandlas enligt det avtalsinnehåll som parterna tidigare valt att bortse från. Den andra parten kan då hävda att parten godkänt att frågan skulle lösas på det sättet som föreskrevs enligt det avtalet som parterna agerade efter första gången. För att undvika detta problem bör part, förutsatt att problemet är förutsebart, påkalla omförhandling eller komplettering av återförsäljaravtalet.

Principen om att senare ingått avtal har företräde framför tidigare ingått avtal kan i vissa fall användas, vilket i de flesta fall innebär att det individuella köpavtalets avtalsinnehåll blir gällande. På motsvarande sätt blir resultatet normalt det motsatta vid principen om att det först ingångna avtalet skall gälla. Parterna kan i ramavtalet uttryckligen ange att hela eller vissa delar av avtalet innehåller allt som parterna kommit överens, såsom integrationsklausuler eller merger clauses.<sup>26</sup> Integrationsklausuler kan vara utformade på olika sätt. De kan ange förbud mot ändringar annat än i skriftlig form respektive förbud mot ändringar av det ursprungliga avtalet överhuvudtaget.<sup>27</sup> En integrationsklausul med den senare innebörden måste dock ses i ljuset av det faktum att avtalsparterna alltid har frihet att ändra och upphäva ingångna avtal förutsatt att samstämmiga viljeförklaringar avseende detta föreligger. Vid olika uppfattningar om vilket avtal, ramavtalet eller det individuella köpavtalet, som skall gälla i en viss fråga tillmäts integrationsklausulen stor betydelse såtillvida att det ju då kan konstateras att parterna i ett av avtalen bemödat sig om att markera att just det avtalet skulle gälla i vissa hänseenden. Detta visar att parterna varit medvetna om risken för senare tillkommande, avsiktliga eller oavsiktliga, åtgärder som skulle kunna förändra det ursprungliga avtalsinnehållet.

Om ramavtalet av någon anledning skulle sägas upp, exempelvis på grund av bristande uppfyllelse av försäljningsgaranti är huvudregeln att förpliktelser enligt ett individuellt köpavtal måste uppfyllas.<sup>28</sup> Frågan kan då uppstå vad som skall gälla avseende aspekter som behandlats i ramavtalet och som parterna tidigare under samarbetet applicerat på de individuella köpavtalen. Om en av parterna vill att denna fråga skall lösas på ett annat sätt än den skulle ha lösts under tiden för återförsäljaravtalet bör detta noga anges, eftersom risken annars är stor att ledning sökes i det ej längre gällande återförsäljaravtalet. Det nyssnämnda gäller även det omvända förhållandet, dvs i situationer då ett enskilt köpavtal av någon anledning inte kan göras gällande. Detta förtar normalt sett inte verkan av återförsäljaravtalets bestämmelser.<sup>29</sup> Fall där rättsfrågan emanerat ur förhållandet mellan ramavtalet och det individuella köpavtalet har vid ett antal tillfällen varit föremål för rättslig prövning. Då ramavtalet, till skillnad från det individuella köpavtalet, innehållit en skiljeklausul har frågan uppkommit om skiljeklausulen även skall anses omfatta tvister med anledning av det senare avtalet. Likartade fall där rättsfrågan handlat om lagval har förekommit.<sup>30</sup>

---

<sup>26</sup> Adlercreutz, Avtalsrätt II, sid 30.

<sup>27</sup> Adlercreutz, Avtalsrätt II, sid 30, 92.

<sup>28</sup> Det är möjligt för parterna att i ramavtalet ange att köpavtal, vars förpliktelser ännu inte fullgjorts av parterna vid tidpunkten för ramavtalets förtida upphörande, inte skall fullföljas.

<sup>29</sup> Även här är det möjligt för parterna att reglera vad som skall gälla med hänsyn till innehållet i återförsäljaravtalet.

<sup>30</sup> Graupner, sid 884, med vidare hänvisning till avgörandet från den 7 juli 1965 av *Cour d'Appel de Paris*, (*Juris Classeur Périodique (1966) II No. 14578*) I avgörandet betonades vikten av att skilja på ramavtalet och det individuella köpavtalet när det förra men inte det



# 3 Återförsäljaravtalets innehåll

## 3.1 Allmänt

På grund av avsaknaden av lagstiftning på området är det viktigt att återförsäljaravtalet är genomarbetat och noga reglerar de presumtiva situationer som kan tänkas uppstå där parterna kan antas ha olika uppfattningar. Avtalsfriheten innebär här att avtalen i princip kan bli hur korta och intetsägande, respektive hur långa och omfattande som helst. En av de mest centrala delarna i de flesta återförsäljaravtal är regleringen av återförsäljarens ensamrätt. Detta ämne behandlas närmare i kapitel 6.

Här skall endast de generellt sett viktigaste och vanligtvis mest avtalade frågorna kort beröras. Som kommer att framgå är det i stort sett endast en presentation av frågeställningarna. Något försök att besvara dessa mer än flyktigt kommer inte att göras då detta skulle ta alltför mycket plats i anspråk.

Inledningsvis skall påpekas att det inte räcker att förse avtalet med titeln återförsäljaravtal eller ensamåterförsäljaravtal för att avtalet de facto skall anses som ett sådant. Den faktiska innebörden i avtalet är det avgörande vid en sådan bedömning. Därför anges regelmässigt att "återförsäljaren köper och säljer i eget namn och för egen räkning" eller någon liknande formulering.<sup>31</sup> Denna formulering avgränsar avtalets innehåll mot andra mellanmansrättsliga förhållanden, exempelvis agentavtal eller kommissionsavtal och anger återförsäljarens rättsliga ställning. Detsamma gäller för att avtalet verkligen skall ge återförsäljaren ensamrätt. Att benämna avtalet "ensamåterförsäljaravtal" utan att närmare behandla ensamrätten i avtalet räcker troligtvis inte för att ensamrätt skall anses föreligga, även om det otvivelaktigt indikerar att parterna, eller åtminstone en av parterna vid ingåendet av avtalet avsett att återförsäljaren skulle ha ensamrätt.

Parternas skyldigheter i ett återförsäljaravtal anses regelmässigt innefatta en ömsesidig lojalitetsplikt. Innehållet i lojalitetsplikten skall behandlas mer utförligt

---

senare innehåller en skiljeklausul. Tvister med anledning av ett individuellt köpavtal ansågs inte vara omfattade av skiljeklausulen i ramavtalet.

Från dansk rättspraxis kan pekas på *UfR 1981.604 ÖLK* där en dansk ensamåterförsäljare vid en dansk domstol väckte talan mot den tyska huvudmannen för utfående av skadestånd på grund av ett påstått avtalsbrott. Huvudmannen invände att den danska domstolen inte var behörigt forum eftersom huvudmannens orderbekräftelser som tillsändes ensamåterförsäljaren i samband med de individuella köpavtalen innehöll en skiljeklausul. Invändningen lämnades utan bifall då det ansågs att avtalsinnehållet i orderbekräftelsen inklusive skiljeklausulen behandlade de enskilda leveranserna dvs de individuella köpavtalen och inga andra rättsförhållande mellan parterna, dvs inte ramavtalet.

<sup>31</sup>Se till exempel *The ICC Model Distributorship Contract* (Sole Importer-Distributor) ICC Publication No. 518:

"Article 3 Distributors functions.

3.1. *The Distributor sells in its own name and for its own account, in the Territory, the Products supplied by the Supplier.[...]."*

senare. Här skall endast anges att denna plikt vanligtvis anses föreligga även om detta inte uttryckligen angivits i ramavtalet. Normalt sett innehåller standardavtalen för återförsäljaravtal formuleringar med denna innebörd. Lojalitetspliktens främsta praktiska användningsområde torde vara att ligga till grund för tolkningen av avtalsklausuler som parterna lägger olika innebörd i, eller att utröna vilka parternas skyldigheter är i frågor som parterna av olika anledningar valt att inte närmare reglera i avtalet.

## 3.2 Definitioner

### 3.2.1 Definition av avtalsparter

Att ange vem som är avtalsparter kan tyckas självklart och denna fråga leder troligtvis sällan till framtida problem. För att vara på den säkra sidan bör dock avtalsparterna definieras med registrerade firmanamn samt organisationsnummer. Ett tänkbart problem som kan uppstå är att en av parterna överför tillgångarna och beslutanderätten till ett nytt bolag med samma namn men med ett annat organisationsnummer. Skall då det nya bolaget anses ta över det gamla bolagets roll som avtalspart?<sup>32</sup> Vidare kan fråga uppkomma huruvida ett dotterbolag till en av avtalsparterna skall anses vara avtalspart om det i realiteten är detta som uppfyller en mindre eller större del av moderbolagets förpliktelser enligt återförsäljaravtalet, men det till skillnad från moderbolaget inte är angivet som part i återförsäljaravtalet.<sup>33</sup>

### 3.2.2 Definition av det geografiska området

Det är viktigt att noga definiera det geografiska området som skall omfattas av ensamrätten. En bra metod är att bifoga en karta (bilaga 1) och på kartan markera det avsedda området. De problem som kan tänkas uppstå vid en mindre noggrann beskrivning av det geografiska området vari återförsäljarens ensamrätt skall gälla är flera. Staters geografiska yta kan förändras, t ex Folkrepubliken Kinas övertagande av Hong Kong, upplösningen av Sovjetunionen och Jugoslavien, sammanslagningen av Öst- och Västtyskland och delningen av

---

<sup>32</sup>Inte sällan innehåller återförsäljaravtal klausuler med innebörd att part inte får överlåta hela eller delar av avtalet på tredje man utan den andre partens samtycke. Ett exempel på ett återförsäljaravtal som inte innehöll någon dylik klausul och konsekvenserna av detta är ICC case No. 7006/92. För närmare beskrivning av rättsfallet se fotnot 95.

<sup>33</sup>De flesta återförsäljaravtal innehåller klausuler som ger part rätt att säga upp avtalet med omedelbar verkan vid motpartens insolvens eller befarade insolvens samt därmed jämförliga situationer. Vad gäller situationer då en av avtalsparterna blir uppköpt av ett annat bolag alternativt fusioneras med ett annat bolag är det inte ovanligt att avtalen innehåller förhandlingsklausuler, d v s skyldighet för parterna (t ex huvudman + den nya ägaren till återförsäljaren) att förhandla "in good faith" om fortsatt samarbete. En avtalad förhandlingsplikt i olika former kan i sig ge upphov till intressanta frågeställningar om vad som egentligen skall anses innefattas i parternas förhandlingsplikt. Dessa frågeställningar skall inte här närmare belysas, men generellt kan dock sägas att förpliktelsen innebär en plikt att förhandla och inte en plikt att faktiskt sluta ett nytt avtal eller att låta det första avtalet gälla mellan de delvis nya parterna.

Tjeckoslovakien för att nämna några. Parterna kan dessutom ha olika uppfattningar i frågor som: Skall "Danmark" innefatta Grönland, ingår Franska Guyana i "Frankrike", och vad är egentligen den korrekta definitionen på "Storbritannien? Sistnämnda frågor kan mycket väl tänkas ha ett officiellt korrekt svar, men anledningen till att parterna redan från början noggrant bör definiera det geografiska området är att de då slipper en tvist för att komma fram till detta officiellt korrekta svar.

### 3.2.3 Definition av produkter

Det är även av yttersta vikt att noggrant definiera den eller de produkter som omfattas av återförsäljaravtalet. Mest effektivt kan detta ske genom att bifoga en teknisk beskrivning av produkten (bilaga 2), t ex tillverkningsritningarna som huvudmannen använder för tillverkningen av produkten. Detta är viktigt framförallt med hänsyn till återförsäljarens ensamrätt. Exakt vilken eller vilka produkter är det som är föremål för återförsäljarens ensamrätt? Tvist kan tänkas uppstå om huvudmannen inom området för återförsäljarens ensamrätt utsett en annan återförsäljare eller agent för en produkt som till utseende, funktion eller enligt något annat karakteristika liknar den avtalade produkten. Ytterst kan en sådan tvist tänkas bli avgjord med assistans av teknisk expertis, men ju mer detaljerat produkten beskrivs i återförsäljaravtalet ju mindre blir utrymmet för tveksamheter angående definitionen av produkten. En noggrann definition av produkten eller produkterna kan även underlätta lösning av tvister som bottnar i olika uppfattningar om huruvida huvudmannen levererat rätt produkter eller ej till återförsäljaren.<sup>34</sup> Huvudmannen kan tänkas ha utvecklat eller uppgraderat den ursprungliga produkten och frågan är då om den uppgraderade produkten enligt återförsäljaravtalet skall anses vara den samma som, eller ett fullgott substitut för den ursprungliga versionen.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>Viss ledning för lösande av denna fråga kan förutom i återförsäljaravtalet tänkas finnas i det enskilda köpavtalet.

<sup>35</sup>I en situation då huvudmannen väljer att leverera nyare och modernare versioner av produkten istället för de gamla kan det vid en omedelbar reflektion anses att detta endast är till godo för återförsäljaren och att denne därför inte bör kunna invända mot detta. Situationen är dock inte så enkel. Den nya versionen av produkten kanske har ett högre pris än den gamla, vilket åtminstone initialt kan upplevas som negativt för återförsäljaren, framförallt då avtalet stipulerar att återförsäljaren skall inköpa ett visst antal exemplar av produkten/ år eller annan tidsenhet. Vidare behöver inte det faktum att den nya versionen av produkten är mer eftertraktad än den gamla på vissa geografiska marknader innebära att den är det överallt. Den allmänna ekonomiska och/eller tekniska situationen på återförsäljarens marknad kan mycket väl tänkas innebära att efterfrågan på den gamla versionen är större än på den nya. Även återförsäljarens tekniska kunnande och servicemöjligheter avseende den nya versionen av produkten är relevanta faktorer i denna fråga. Det är även möjligt att avtala om att alla andra produkter än den ursprungligt definierade skall betraktas som "ändrade förhållanden" och knyta uppkomsten av "ändrade förhållanden" till en omförhandlingsklausul. Den uppenbara risken med sådana förhållningsregler är att samarbetet kan bli relativt kortvarigt vilket i de flesta kommersiella avtalsförhållanden rörande distribution ses som något negativt.

Om eventuella reservdelar till produkten skall vara omfattade av återförsäljaravtalet bör detta uttryckligen anges. I de fall definitionen av originalprodukten är detaljerad, t ex i form av tillverkningsritningarna eller någon annan likvärdig ingående beskrivning bör utgångspunkten för en tolkning anses vara att reservdelar inte skall vara omfattade av avtalet eftersom det då kan visas att parterna varit angelägna om att definiera produkten så exakt att någon oklarhet härvidlag inte skulle uppstå. Motsatsvis gäller att i de fall definitionen av originalprodukten är mindre exakt finns större utrymme för påståendet att reservdelar skall anses vara omfattade av avtalet.<sup>36</sup> Sammanfattningsvis kan konstateras att risken för olika uppfattningar i frågan undanröjs om avtalet uttryckligen anger vad som gäller härvidlag.

### 3.3 Konkurrensförbud

En närliggande fråga är om, och i så fall vilka konkurrerande märken eller produkter som återförsäljaren skall få sälja. Även här kan svåra gränsdragningsproblem uppstå, i synnerhet när avtalsförhållandet varat under ett antal år och nya produkter kommit ut på marknaden. Återförsäljaren, som kan antas ha ett intresse av att ha ett brett produktsortiment, kan hävda att en viss produkt eller ett visst märke skall betraktas som ett komplement till huvudmannens produkter och i själva verket är positivt för försäljningen av huvudmannens produkt. Huvudmannen, å andra sidan, kan ha lättare för att se den nya produkten som en konkurrerande produkt och befara att försäljningen av den egna produkten skall minska på grund av detta. Huvudprincipen måste antas vara att om frågan inte är reglerad så har återförsäljaren rätt att sälja vilka andra märken eller produkter denne vill. Om huvudmannen vill att detta skall vara förbjudet skall det klart framgå av avtalet att så är fallet, samt exakt vilka produkter eller märken som omfattas av förbudet.

Problemen med att definiera huvudmannens egna framtida produkter kan vara nog så besvärliga, men de kan nog knappast jämföras med uppgiften att definiera vilka konkurrerande produkter som i framtiden skall vara omfattade av återförsäljarens försäljningsförbud. Dels existerar inte produkterna i fråga vid tidpunkten för definitionen av dem, dels får tillverkare anses ha svårare att förutse sina konkurrenters produktutveckling än sin egen. Utformningen av klausuler rörande nyssnämnda förhållande är som synes ganska komplicerat och långtifrån alla återförsäljaravtal behandlar ämnet. Återigen innebär avtalsfriheten att det är parternas sak att bestämma om de vill reglera frågan och i så fall hur omfattande regleringen skall vara. Det är dock att rekommendera att denna fråga på något sätt behandlas i avtalet, antingen i form av definition av framtida produkter eller någon form av förhandlingsplikt vid uppkomsten av dessa situationer. Helt oreglerad kan frågan få stora oönskade konsekvenser. Huvudmannen kan ju

---

<sup>36</sup>I kommentaren till §1 i EÅ 93 rekommenderas parterna att, i de fall avsikten är att reservdelar skall omfattas av avtalet, ange detta i anslutning till definitionen av produkten. (Ramberg, *Kommentar till enskilda bestämmelser i EÅ 93, §1*).

mycket väl tänkas ha rätt i sina farhågor att en ny, ej avtalad produkt av en annan tillverkare kan ha en negativ inverkan på försäljningen av den egna produkten. Likaså kan ett förbud för återförsäljaren att sälja en ny, ej avtalad produkt leda till att slutkunder vänder sig till andra säljare vilket minskar återförsäljarens totala försäljning och vinst.

### 3.4 Marknadsföring

Kostnaden för marknadsföring av produkten kan beroende på vilken produkt det är fråga om, samt omfattningen av marknadsföringen variera kraftigt. Likaså kan det generella ansvaret och kostnaden för marknadsföring och likartade åtgärder vara olika från bransch till bransch och från företag till företag. Trots att det i vissa branscher troligtvis skulle kunna gå att lösa en tvist med anledning av bärande av marknadsföringskostnader genom en branschriktad tolkningsmetod är det att rekommendera att kostnadsansvaret såväl som det generella ansvaret för marknadsföringen regleras i avtalet. Områden som bör behandlas är vilken av parterna som ansvarar för marknadsföringen av produkten, omfattningen av marknadsföringen och därmed likartade åtgärder, samt vem som skall bära kostnaden för detta. Vilken av parterna skall till exempel ansvara för och bekosta reklamkampanjer, produktens medverkan i eventuella branschmässor och utbildning av återförsäljarens personal?

### 3.5 Avtalstid

Huruvida avtalet skal vara tidsbegränsat eller gälla tills vidare med uppsägningsfrist bör regleras.<sup>37</sup> I de flesta fall gäller återförsäljaravtal tills vidare, inte sällan med en progressiv uppsägningsfrist.<sup>38</sup> Omständigheter som berättigar part till omedelbar hävning av avtalsförhållandet är vanligtvis då avtalspart underlåtit att fullgöra en väsentlig avtalsförpliktelse, ibland kombinerat med en tidsfrist för den felande parten att åtgärda bristen.

---

<sup>37</sup>I de fall avtalet gäller tills vidare men någon uppsägningsfrist inte avtalats är frågan om i yttersta fall en domstol kan tolka handelsagentlagstiftning eller på någon annan grund komma fram till att uppsägningsfrist skall föreligga. Som anges längre fram har det i dansk rättspraxis fastslagits att parterna har att iaktta en uppsägningsfrist på 6 månader i återförsäljaravtalsrelationer som varat 15 år eller längre. Utgångspunkten måste dock vara att återförsäljaren inte automatiskt kan lita på att denna rättighet tillfaller honom efter ett långvarigt avtalsförhållande. Det föreligger en fundamental skillnad mellan handelsagenter och återförsäljare vad gäller deras "arbetsrättsliga" ställning gentemot huvudmannen.

<sup>38</sup>D v s längre uppsägningsfrist ju längre avtalsförhållandet varat. Ex:

0-1 år: 3 månaders uppsägningstid.

1-2 år: 4 månaders uppsägningstid.

2 år och längre: 6 månaders uppsägningstid.

### 3.6 Avtalets upphörande

Avvecklandet av avtalsförhållandet kan i återförsäljaravtalsrelationer, liksom i många andra avtalsförhållanden, leda till frågor som enklast löses om parterna redan från början avtalat om vad som skall gälla i dessa situationer. Vad skall till exempel ske med de produkter som återförsäljaren har i lager vid avtalets upphörande? Skall återförsäljaren ha rätt att sälja dessa, eller skall huvudmannen ha en skyldighet, alternativt option på att köpa tillbaka dem? Skall återförsäljaren ha rätt till avgångsvederlag och på vilka grunder skall detta i så fall beräknas? Om den sammanlagda kundkretsen för huvudmannens produkter i återförsäljarens område vid avtalets upphörande är större än vid avtalets ingående, en inte alltför ovanlig situation, uppkommer frågan om återförsäljaren skall kompenseras för detta. Likheter till trots kan en återförsäljare generellt sett inte förlita sig på analogislut av handelsagenters lagstadgade rätt till uppsägningsfrist, avgångsvederlag, ersättning för upparbetad kundkrets och därtill närbesläktade förmåner. Det krävs nästan alltid att parterna avtalat om detta för att dessa rättigheter skall tillfalla återförsäljaren.<sup>39</sup> Vissa undantag finns dock. I dansk rättspraxis har det fastslagits att i återförsäljaravtal som varat en längre tid (15-20 år), har både huvudmannen och återförsäljaren att iaktta en uppsägningsfrist på 6 månader.<sup>40</sup> I tysk rättspraxis har handelsagenters lagstadgade rättighet till kompensation för upparbetad kundkrets under vissa förhållanden tillämpats analogt på återförsäljare. Dessa situationer har präglats av att återförsäljaren varit så hårt uppbunden till huvudmannen att förhållandet har uppvisat stora likheter med ett handelsagentförhållande. Det har vidare ansetts som ett krav för kompensation att huvudmannen vid avtalets upphörande får tillgång till kundregistret.<sup>41</sup> Nyssnämnda undantag till trots är det dock att rekommendera att parterna avtalar om dessa frågor även om man anser att avtalsförhållandet uppvisar likheter eller överensstämmer med de beskrivna situationerna.

En variant på denna fråga, som kan ge upphov till betydligt större tolkningsproblem, är huruvida rätt till kompensation föreligger i situationer då återförsäljaren hävdar att köpkraften, den allmänna kvaliteten, eller någon annan i

---

<sup>39</sup>Iversen (1992), sid 173. Iversen är dock inte främmande för att delar av handelsagenters skyddslagstiftning under vissa omständigheter kan tillämpas analogt på återförsäljare. (Iversen (1992) sid 176-177) Huruvida Iversen anser att detta är fallet i alla jurisdiktioner vars nationella lagstiftning innehåller lagregler om handelsagentur eller bara i en del och i så fall i vilka, framgår inte. Titeln på boken; "Virksomhedens internationale kontrakter - international erhvervsret" tyder dock på att han anser att detta förhållande gäller åtminstone i EU-stater vars agentlagstiftning emanerar ur samma källa.

<sup>40</sup>Iversen (1992), sid 177.

<sup>41</sup>Iversen (1992), sid 177. Att de tyska domstolarna endast bifallit återförsäljarens krav på kompensation för upparbetad kundkrets i situationer då huvudmannen fått tillgång till kundregistret vid avtalsförhållandets upphörande får anses som ganska naturligt. Kompensationen utgör ju en ersättning för återförsäljarens arbete som efter avtalsförhållandets upphörande används av huvudmannen för dennes syften. Att återförsäljaren skulle tillerkännas denna kompensation i någon annan situation är föga troligt.

sammanhanget relevant positiv egenskap har ökat eller utvecklats under avtalsförhållandet tack vare återförsäljarens åtgärder. Här kan av naturliga skäl ett mycket stort antal olika faktorer åsyftas beroende på bransch, produkt, hur lång tid avtalsförhållandet varat o s v. Till exempel kan återförsäljaren hävda att dennes försäljnings- och faktureringsmetoder har inneburit en betydande skillnad i slutkunders vilja att betala fakturorna i tid, eller att slutkunderna vid tidpunkten för avtalets upphörande, tack vare återförsäljarens marknadsföring, köper fler olika produkter av huvudmannen än de gjorde vid avtalets ingående. Avtalsklausuler rörande återförsäljarens rättighet till kompensation för en upparbetad kundkrets inkluderar vanligtvis antalet kunder. Med andra ord skall återförsäljaren kompenseras om antalet kunder som köper huvudmannens produkter är större vid avtalets upphörande än vid avtalets ingående. Normalt är det irrelevant om ökningen kan anses bero på återförsäljarens arbete eller någon annan orsak. Har parterna avtalat om att kompensation skall utgå då kundernas antal ökat så krävs mycket starka skäl för att så inte skall ske. Om huvudmannens hävdar annorlunda är dennes bevisvårigheter härvidlag troligtvis stora.

Frågan om avgångsvederlag aktualiseras även i situationer då antalet kunder inte ökat, alternativt ökat endast marginellt, men försäljningen till kunderna ökat. Svårigheterna att veta vad som gäller i en sådan situation är givetvis större då parterna inte avtalat om detta, men även då så skett finns normalt betydande utrymme för individuella åsikter om avtalsklausulens korrekta innebörd.<sup>42</sup> Vad innebär till exempel "väsentligt ökad handel"? Parterna kan visserligen i förväg avtala om vad som skall anses innefattas i detta begrepp, men om så ej skett är det stor sannolikhet för att åsikterna avviker. Kravet att huvudmannen skall ha "väsentlig fördel" av den av återförsäljaren upparbetade kundkretsen innefattar en bedömning av framtida förhållanden, vilket per definition är en prognos. Att bevisa att en prognos är riktig är av förklarliga skäl svårt. Troligtvis bör beviskravet här vara att återförsäljaren skall göra sannolikt att prognosen är riktig.

---

<sup>42</sup>§ 21 i Ensamåterförsäljaravtal (EÅ 93) behandlar avgångsvederlag och lyder:

*"När avtalet upphör, har Ensamåterförsäljaren rätt till avgångsvederlag, om och i den mån han tillfört Leverantören nya kunder eller väsentligt ökat handeln med den befintliga kundkretsen och Leverantören kommer att ha väsentlig fördel av förändringen, samt att avgångsvederlag är skäligt med hänsyn till samtliga övriga omständigheter.[...]."*

# 4 Ensamrätten

## 4.1 Allmänt

Agent- och återförsäljaravtal innehåller ofta bestämmelser om distributörens ensamrätt, d v s dennes exklusiva rätt att inom det för ensamrätten gällande området sälja huvudmannens produkter. Fortsättningsvis behandlas ensamrätt i återförsäljaravtal, men de förhållanden som beskrivs kan ha viss relevans även för agentavtal, samt andra mellanmansrättsliga förhållanden. Här gäller i princip avtalsfrihet<sup>43</sup> och den exakta utformningen av ensamrättsklausuler skiljer sig därför normalt åt från avtal till avtal. Generellt sett är lydelseerna dock relativt lika.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup>Vid utformningen av ensamrättsklausulernas utformning måste normalt både nationell och överstatlig konkurrenslagstiftning beaktas. Som tidigare påpekats ligger dock detta ämne utanför ramen för uppsatsens syfte.

<sup>44</sup>Exempel på ensamrättsklausulers utformning:

**ORGALIME:s Model form of exclusive agreement with distributors abroad**

*"Article 15: The Manufacturer's right to conclude direct contracts:*

*A. The Manufacturer undertakes to sell within the Territory only to the Distributor. He shall not appoint another person or another firm for the sale or the representation of his Products within the Territory. He shall transmit to the Distributor all orders or enquiries coming from customers in the Territory."*

alternativt:

*"B. The Manufacturer shall not appoint another person or another firm for the sale or the representation of his Products within the Territory. However, he reserves to himself the right to conclude direct contracts with customers in the Territory.*

*For each contract the Manufacturer concludes directly with customers residing in the Territory, the Distributor shall receive a commission according to the provisions of Chapter V. The Manufacturer shall inform the Distributor without delay of all direct contracts.[...]."*

**ORGALIME:s Model form of agency contract - International Agency on an exclusive basis**

*"Article 14: Extent of the Agent's Exclusive rights:*

*The Manufacturer shall not grant to any other person or undertaking the right to represent or sell the Products in the Territory.*

*The Manufacturer shall be entitled to deal directly, without the intervention of the Agent, with customers having their place of business or, in default of such place, their place of residence in the Territory. The Manufacturer shall notify the Agent of any business done directly with such a customer, and the Agent shall be entitled to commission as provided for in Chapter IV unless the Manufacturer has reserved the exclusive right to deal directly with that customer."*

**Ensamåterförsäljaravtal EÅ93**

*"§ 17: Ensamåterförsäljarens ensamrätt:*

*Leverantören förbinder sig att inte upplåta till annan att sälja Produkten inom Området och att inte leverera Produkten till konsumenter inom Området.[...]. "*

**The ICC Model Distributorship Contract (Sole Importer-Distributor) ICC Publication No 518**

*"Article 15: Sole distributor:*

*15.1. The Supplier shall not, during the life of this contract, grant any other person or undertaking (including a subsidiary of the Supplier) within the Territory the right to represent or market the Products. The Supplier shall furthermore refrain from selling to*



Ensamrätten innebär normalt att huvudmannen inte får lov att inom det avtalade området upplåta försäljning eller försäljningsrepresentation av produkten till någon annan än ensamåterförsäljaren och att inte heller själv sälja produkten till slutkunder inom det avtalade området.<sup>45</sup> Ensamrätten är med andra ord återförsäljarens garanti för att avsättningsmöjligheterna, konkurrensmässigt sett, är optimala och utgör inte sällan ett absolut krav från återförsäljarens sida. En mycket betydelsefull konsekvens av detta är att huvudmannen i ett sådant förhållande är i stort sett helt beroende av ensamåterförsäljaren och dennes ansträngningar för att huvudmannens produkt skall sälja så bra som möjligt inom det område som omfattas av ensamrätten. Här ligger nästan alltid latent orsaker till divergerande uppfattningar och konflikter mellan huvudmannen och ensamåterförsäljaren. Det ligger av naturliga skäl i huvudmannens intresse att ensamåterförsäljaren lägger ned maximal ansträngning på att marknadsföra och sälja produkten. Ensamåterförsäljaren däremot, ser produkten som endast en i raden av alla de produkter han säljer, alla med olika tillverkare som alla kräver att just deras produkt skall sälja bra. En bra affärsrelation och löften om att starkt marknadsföra och sälja huvudmannens produkt vid tidpunkten för ingåendet av ensamåterförsäljaravtalet kan med tidens gång och marknadens förändring/ en av avtalsparterna hävdad marknadsförändring utvecklas till en situation som starkt avviker från den vid avtalets ingående. Här kan frågan uppkomma huruvida de i återförsäljaravtalet stipulerade försäljningssummorna uppnåtts eller ej.

## 4.2 Undantag från ensamrätten

Det är inte ovanligt att huvudmannen förbehåller sig rätten att inom det avtalade området sälja direkt till en eller flera angivna slutkunder vilka då inte omfattas av återförsäljarens ensamrätt, s k sole exklusivity.

Vid eventuell osäkerhet om återförsäljarens ensamrätt är behäftad med ensamrätt eller ej bör huvudregeln vara att avtalet skall tolkas till nackdel för huvudmannen, d v s att undantag inte finns. Grunden för detta är att om ensamrätt kan påvisas utgör denna en central del av avtalets karaktär. Med andra ord är avtalets

---

*customers established in the Territory, except pursuant to the conditions set out under Article 16, hereunder.[...]."*

<sup>45</sup>Beteckningen på ensamåterförsäljaravtal är inte enhetlig. Den engelska beteckningen på ensamåterförsäljaravtal är vanligtvis exclusive distributorship agreement. Detta är troligtvis anledningen till att ensamrätten på svenska och andra nordiska språk ibland benämns exklusivitet. Exklusivavtal i återförsäljarförhållanden är dock inte identiska med ensamåterförsäljaravtal även om likheter finns. Enligt Iversen är det mest väsentliga kännetecknet för "...ekslusivaftale i snävrere forstand..." när ett antal producenter och/eller detaljister avtalar om att endast handla vissa varor av varandra, (Iversen (1997), sid 194-195). Likheterna med ensamrätten i mellanmansförhållanden är stor och olika varianter som kan vara svåra att hänföra till den ena eller den andra kategorin förekommer. Skillnaden i betydelse torde vara mest betydelsefull ur konkurrensrättslig synpunkt. Det är inte ovanligt att huvudmannen förbehåller sig rätten att sälja direkt till en eller ett flertal i återförsäljaravtalet angivna slutkunder. Vanligtvis benämns detta sole distributorship, men på grund av olika tolkningar av detta begrepp i olika jurisdiktioner rekommenderas att det av parterna avsedda avtalsinnehållet i denna del uttryckligen anges. (Christou, sid 138).

andemening då att återförsäljaren skall åtnjuta de avsättningsfördelar som ensamrätten innebär. Det bör då kunna krävas att undantag från avtalets stomme eller allmänna karaktär skall anges på ett så pass tydligt sätt att tvivel eller oklarhet om undantagets vara eller inte vara undviks.

Undantaget från ensamrätten kan vara generellt, d v s huvudmannen får själv sälja produkten till alla slutkunder i återförsäljarens område, men vanligtvis undantas endast ett relativt sett litet antal slutkunder, som huvudmannen bedömer vara särskilt värdefulla. Om huvudmannen skall få lov att sälja direkt till slutkunder inom återförsäljarens område och i så fall till hur många och vilka dessa skall vara, är en förhandlingsfråga som parterna får ta i beaktande vid ingåendet av avtalet. Normalt sett är undantag från återförsäljarens ensamrätt till nackdel för denne och till fördel för huvudmannen. Å andra sidan får avtalet i detta hänseende ses i sin helhet. En nackdel för en part i en viss del av avtalet motsvaras vanligtvis av en fördel i en annan del av avtalet.

För att undvika missförstånd bör de undantagna slutkunderna definieras lika noga som parterna definierar sig själva i återförsäljaravtalet. Är det endast fråga om ett eller ett flertal enskilda existerande företag möter det vanligtvis inga problem att definiera dessa. Svårigheter kan däremot tänkas uppstå om parterna angett att byggnadsvaruhus, finare restauranger eller andra vagt beskrivna objekt skall vara undantagna från återförsäljarens ensamrätt. Av lätt insedda skäl erbjuder mångtydiga definitioner som nyssnämnda och liknande formuleringar grogrund för kontroverser emanerande ur olika uppfattningar om avtalsinnehållet.<sup>46</sup>

I de situationer det är uppenbart för såväl huvudmannen som återförsäljaren att det inom återförsäljarens geografiska område endast finns möjlighet till en viss belopps- eller kvantitetsbegränsad avsättning uppkommer frågan om huvudmannens direktförsäljning på något sätt skall inkluderas i den överenskomna försäljningssumman eller om det skall ha någon annan betydelse. Frågan regleras inte i de mest vanligt förekommande standardavtalen för återförsäljare och i de fall parterna, vanligtvis återförsäljaren, vill att huvudmannens direktförsäljning skall ha betydelse för frågan om försäljningsmål/garanti eller övrigt krävs att detta uttryckligen anges.

#### 4.2.1 Återförsäljarens rätt till provision

Om undantag från återförsäljarens ensamrätt föreligger är huvudregeln att återförsäljaren inte har någon rättighet att få tillgång till information om handeln mellan huvudmannen och de undantagna slutkunderna. Återförsäljaren har inte heller någon rättighet att på något sätt påverka försäljningsförfarandet, marknadsföringen eller någon annan aspekt på avtalsförhållandet. Förhållandet mellan huvudmannen och de undantagna slutkunderna är, trots att det kan ha betydelse för återförsäljaren, något som angår avtalsparterna och inte

---

<sup>46</sup>Här skulle troligtvis oklarhetsregeln eller någon annan tolkningsmetod aktualiseras.

återförsäljaren. För att undantag från detta förhållande skall föreligga krävs att detta uttryckligen avtalats mellan huvudmannen och återförsäljaren. Detta är dock relativt ovanligt med undantag för återförsäljarens rätt till ersättning vid huvudmannens direktförsäljning till undantagna slutkunder.<sup>47</sup> Denna kompensation uppvisar klara likheter med handelsagenters provisionsersättning, med den viktiga skillnaden att återförsäljaren inte är den som får avtalen till stånd.

Ensamåterförsäljares rättighet till ersättning vid huvudmannens direktförsäljning till undantagna slutkunder behandlas bl a i ICC:s modellavtal för ensamåterförsäljare. I artikel 16 ges hänvisning till tillägg II där det i §3 ges en mer utförlig beskrivning av beräkningen av provisionen.<sup>48</sup> Paragrafen har titeln *Calculation and payment of commission* och första stycket, (3.1.) lyder:

*"The commission shall be calculated on the net amount of the invoices, i. e. on the effective sales price (any discount other than cash discounts being deducted) clear of any additional charges (such as packing, transportation, insurance) and clear of all duties or taxes (including value-added tax) of any kind, provided that such additional charges, duties and taxes are separately stated in the invoice."*

Paragrafen ger klart uttryck för nettofakturametoden som behandlas i kapitel 7.5. Även i ORGALIME:s modellavtal för utländska återförsäljare återfinns bestämmelser motsvarande de i ICC:s standardavtal. Artikel 15, alternativ B hänvisar till avtalets femte kapitel.<sup>49</sup> Jämfört med ICC:s avtal innehåller

---

<sup>47</sup>En rättighet för återförsäljaren att kompenseras för huvudmannens direktförsäljning innebär i praktiken mer än att återförsäljaren har rätt till ekonomisk ersättning. För det första ger ersättningens storlek återförsäljaren information om omfattningen av handeln mellan huvudmannen och de undantagna slutkunderna. För det andra bör återförsäljaren ytterst kunna kräva att, själv eller via oberoende ombud, få tillgång till huvudmannens totala försäljningsdokumentation vid tvist angående ersättningens storlek. Om parterna inte närmare avtalat om detta bör vägledning kunna sökas i Lag om handelsagenturs regler om handelsagenters möjligheter att kontrollera riktigheten i erlagda provisionsbelopp. (Lag(1991:351) om handelsagentur, §§14-16) Dessa regler ger handelsagenten rätt att från huvudmannen få alla upplysningar som denne har tillgång till, inklusive huvudmannens bokföring, och som handelsagenten behöver för att kunna kontrollera provisionsbeloppets riktighet.

<sup>48</sup>I §2 i tillägget skall parterna i procentandelar ange storleken på återförsäljarens provision vid direktförsäljning. Utformningen av paragrafen visar att ersättningen inte behöver vara lika stor, utan kan variera beroende på vilken/vilka slutkunden är. Exempelvis kan direktförsäljning till slutkund X ge återförsäljaren 5%, direktförsäljning till slutkund Y 3% och direktförsäljning till slutkund Z 0% i provision.

<sup>49</sup>En i detta sammanhanget viktig skillnad mellan ICC:s och ORGALIME:s standardavtal är att ORGALIME:s avtal ger återförsäljaren en sole ensamrätt, d v s huvudmannen får själv fullt ut konkurrera med återförsäljaren inom återförsäljarens område. ICC:s avtal ger återförsäljaren ensamrätt med reservation för eventuellt undantagna slutkunder. Enligt ORGALIME:s avtal utgår provision till återförsäljaren med undantag för de slutkunder som omfattas av *huvudmannens* ensamrätt. I de situationer då ensamrätten är som den i ICC:s avtal utgår provision till återförsäljaren vid huvudmannens direktförsäljning till de kunder som är undantagna från återförsäljarens ensamrätt.

avtalsmallen ingen möjlighet för återförsäljarens provision att vara olika stor för olika slutkunder. Vidare stadgas att återförsäljarens rättighet till provision även omfattar direktförsäljning av reservdelar till produkten oavsett vilket fabrikt reservdelarna har.

Artikel 6 nämner ingenting om tidsaspekten i denna rättighet. Troligtvis gäller rätten till provision vid reservdelsförsäljning under återförsäljaravtalsförhållandet även om detta inte ingått förrän efter det att "ursprungsprodukten" sålts. Däremot är det mer tveksamt om rättigheten till provision skall bestå även efter det att återförsäljaravtalet upphört även om "ursprungsprodukten" sålts under avtalstiden. Detta skulle kunna innebära att huvudmannen skulle behöva utge provision till den f d återförsäljaren i all evighet.

I motsats till ICC:s avtal definieras inte närmare det fakturerade försäljningspris som skall ligga till grund för provisionsberäkningen.<sup>50</sup> Istället uppmanas parterna att själva exakt definiera detta. Detta är en indikation på att avtalets författare varit medvetna om möjligheten att parterna kan ha olika uppfattningar i detta avseende.

---

<sup>50</sup>Det som anges är att provisionen skall beräknas på det fakturerade försäljningspriset med avdrag för eventuella arbetskostnader så som kostnader för uppförande, installation och liknande.

# 5 Beräkning av försäljningskvantitet/-summa

## 5.1 Allmänt

De enskilda formuleringarna i återförsäljaravtal avseende försäljningskvantitet/-summa varierar i hög utsträckning. Eftersom det råder avtalsfrihet kan parterna i princip avtala vad som helst angående beräkningen av försäljningskvantitet/-summa och konsekvenserna av att en part inte uppfyller denna avtalsklausul. Med avtalsfrihet följer också att parterna inte behöver avtala alls om detta även om det troligtvis är ganska ovanligt.

Allmänt sett innebär inledningen till ett återförsäljaravtal att parternas uppfattning om den förväntade försäljningsvolymen av förklarliga skäl är något dunkel. Motsatsvis gäller att parternas förmåga att förutse den framtida försäljningen vanligtvis är större när avtalsförhållandet varat ett tag. Det är därför inte ovanligt att parterna vid ingåendet av samarbetet avtalar om en målsättning, antingen avseende återförsäljarens inköp från huvudmannen eller återförsäljarens försäljning till slutkunder, alternativt avtalar om att parternas ansträngningar enligt avtalet skall baseras på en best efforts-, eller best endeavoursbasis. När avtalet varat en viss tid kan parterna, beroende på utfallet av den första avtalsperioden, välja att fortsätta samarbetet eller ej.<sup>51</sup> Om avtalet skall fortsätta omformuleras inte sällan klausulen avseende försäljningskvantiteten/summan till en mer exakt definition. Parterna kan även efter en inledande "testperiod" avtala om ändringar eller skärpningar av parts sanktionsmöjligheter vid bristande uppfyllelse av försäljningsförpliktelse.

Generellt kan sägas att ju mer detaljerat parterna definierat hur försäljningskvantiteten/-summan skall beräknas desto mindre är utrymmet för divergerande uppfattningar om på vilka premisser beräkningen skall ske. En avtalad utförlig beskrivning av hur denna beräkning skall ske är dock inte alltid ett fullgott skydd mot att en situation uppkommer där avtalsparterna av olika orsaker kommer fram till olika resultat vid beräkningen.

Underlaget för beräkningen av en försäljningskvantitet/summa skall behandlas närmare längre fram i detta kapitel. Inledningsvis skall dock påpekas att i de fall parterna inte avtalat annorlunda skall endast försäljningen inom ramen för återförsäljaravtalet beaktas vid beräkningen. Som påpekats tidigare kan en återförsäljare även vara iklädd andra mellanmansrättsliga former i förhållande till samma huvudman. T. ex. kan produkterna A och B vara föremål för ett återförsäljaravtal, produkten C ett handelsagentavtal och produkten D saluföras

---

<sup>51</sup>Det krävs då antingen att avtalet är tidsbegränsat, eller att avtalet uttryckligen föreskriver att part har rätt att påkalla omförhandling av hela eller delar av avtalet efter en viss tid. En generell rättighet att efter en viss tid kräva omförhandling av ett återförsäljaravtal finns ej.

periodvis utan att omfattas av något ramavtal. Beräkningen av en försäljningsgaranti i återförsäljaravtalet skall därför endast beakta försäljningen av produkterna A och B.

Situationen är dock inte alltid så enkel. Leveranserna av och kostnaderna för produkterna kan sammanfalla. Olika former av rabatter och övriga prisjusteringsfaktorer som t. ex. prisavdrag eller kostnader för kompletteringsbeställningar vid fel i godset kan vara svåra att hänföra till respektive produkt. I de fall en produkt som omfattas av ett återförsäljaravtal varit tillfälligt slut kan återförsäljaren ha ett intresse av att en annan produkt av samma huvudman skall få räknas med under den tid återförsäljaren saknade produkten. I de fall en huvudman tolererat en viss avvikelse från en försäljningsgaranti i ett handelsagentavtal kan mellanmannen hävda att det samma skall gälla i ett senare tillkommet återförsäljaravtal med andra produkter men med samma huvudman, o s v. Fler tolkningsproblem kan uppstå även i övriga delar av parternas avtal.

Sammanfattningsvis kan konstateras att risken för tolkningsproblem är stor i de fall flera liknande avtalsförhållanden existerar mellan samma parter. I de fall något annat inte är avtalat bör utgångspunkten vara att inräknande eller tillgodoräknande av produkter eller kostnader som inte direkt omfattas av återförsäljaravtalet skall ske restriktivt. Grunden för tolkningen bör vara parternas avtal. Om en part vill att försäljningsberäkningen i ett avtal på ett eller annat sätt skall vara beroende av försäljningen i ett annat avtal mellan parterna bör detta anges i avtalet. Avtalsinnehållet om huvudmannens leveransskyldighet är i det sammanhanget viktiga tolkningsdata. En produkt som inte är omfattad av återförsäljaravtalet skall inte utan vidare kunna medräknas i ett försäljningsmål/garanti även om huvudmannens leveranser tidvis varit försenade. Som anges längre fram sker ofta en helhetsbedömning av parternas avtalssituation då frågan är om ett försäljningsmål/garanti uppnåtts, vilket i många fall leder till att de konsekvenser huvudmannens agerande får för mellanmannen beaktas vid beräkningen av framför allt försäljningsmål och försäljningen enligt best efforts-klausuler. I de fall parterna endast har ett avtalsförhållande, t ex ett återförsäljaravtal, är utrymmet större för jämkning av försäljningsklausuler än då parterna har ett flertal olika avtal mellan sig. Om en viss produkt, helt eller delvis, medräknas i försäljningen i ett avtal som den inte tillhör, uppstår frågan om motsvarande summa/kvantitet skall reduceras i beräkningen av försäljningen i det avtal produkten egentligen härstammar från. Vad avser kostnader och andra prisjusteringsfaktorer bör dessa hänföras till respektive avtal i den mån det är möjligt. Avslutningsvis kan konstateras att det är i det närmaste omöjligt att hitta ett objektivet korrekt svar på de problem som kan uppstå i nyss behandlade situationer och parterna bör därför noga avtala om detta.

En avtalad försäljningskvantitet/summa kan avse både återförsäljarens inköp från huvudmannen och återförsäljarens försäljning till slutkunder. Det är även möjligt, men mindre vanligt, att avtala om båda dessa förhållanden.

I detta avseende är avtalsklausuler som behandlar återförsäljarens minimiköp från huvudmannen vid ett snabbt påseende lättare att förstå än bestämmelser avseende återförsäljarens minimiförsäljning till slutkunder. I den senare situationen kan hävdas att så länge återförsäljarens inköp från huvudmannen ligger på en nivå som är tillfredsställande för huvudmannen bör huvudmannen inte kunna hävda att återförsäljaren inte fullgör sina skyldigheter. Anledningen till dessa klausuler är framförallt två. För det första är återförsäljarens försäljning till slutkunder normalt kopplad till återförsäljarens inköp från huvudmannen i det att återförsäljaren i de flesta fall köper lika mycket produkter av huvudmannen som säljs till slutkunder så att en viss lagernivå bibehålls. Den andra anledningen är att dåliga försäljningsresultat av återförsäljaren till slutkunderna i sig försämrar möjligheterna för framtida goda försäljningsresultat. Nyssnämnda gäller mer ju längre tid det dåliga försäljningsresultatet består. Genom att tillse att det finns möjlighet att säga upp avtalet i ett tidigt skede av en period av dåliga försäljningsresultat av återförsäljaren till slutkunderna, har huvudmannen möjlighet att snabbt utse en ny återförsäljare i området och därigenom i ett tidigt skede minska de negativa långvariga effekterna av återförsäljarens otillfredsställande försäljningsresultat. De långvariga negativa effekterna av dåliga försäljningsresultat till slutkunderna kan vara flera och mångfasetterade, men den kanske mest allvarliga är minskade marknadsandelar, något som kan vara både dyrt och tidsödande att återerövra.<sup>52</sup>

Därtill skall nämnas att även huvudmannen har en förpliktelse att till återförsäljaren leverera den avtalade kvantiteten/summan. Förpliktelsen är med andra ord

---

<sup>52</sup>Ett ensamåterförsäljaravtal kan också användas av mindre nogräknade företag för att försvaga sina konkurrenter. Ett exempel kan illustrera detta: De båda schweiziska företagen X SA. och Y SA. är varandras konkurrenter på marknaden för exklusiva armbandsur. Båda företagen ser marknadspotentialen i Storbritannien. Tillverkaren X SA. kan då avtala med företaget Z Ltd, verksam i urmakarbranschen i Storbritannien, att Z Ltd. skall verka för att bli ensamåterförsäljare för Y SA. i Storbritannien. Vidare innehåller överenskommelsen, som är hemlig för utomstående, att Z Ltd. om och när det lyckas bli Y SA:s ensamåterförsäljare, skall verka för att försäljningen av Y SA:s armbandsur skall hållas på en så låg nivå som möjligt och helst vara obefintlig. Ensamåterförsäljaravtalet hindrar Y SA. att utse en annan återförsäljare i området som omfattas av ensamrätten samtidigt som man tappar marknadsandelar. Som ersättning för sitt agerande erhåller Z Ltd. direkt eller indirekt kompensation av X SA. När Y SA:s position försämrats tillräckligt för att X SA skall vara nöjd säger Z Ltd. upp avtalet med hänvisning till de låga försäljningssiffrorna, eventuellt med skyldighet för Y SA att återköpa hela eller delar av Z Ltd:s osålda lager. Z Ltd:s agerande är givetvis ett klart avtalsbrott mot Y SA, men detta kan dock vara mycket svårt för Y SA att bevisa. Lyckas inte detta kan resultatet av upplägget bli antingen att Y SA förlorar marknadsandelar eller tvingas dra sig ur kontraktet med Z Ltd. och betala skadestånd för detta. Denna typ av agerande blir extra kännbart för den drabbade när produkterna i fråga är avsedda att vara länge och under sin förbrukningstid antas behöva originalreservdelar, dvs situationer då köparna på olika sätt blir "uppbundna" avseende framtida inköp.

ömsesidig, även om det mig veterligen är ytterst sällsynt att huvudmannen i ett återförsäljaravtalsförhållande brister i sin förpliktelse att leverera avtalsenlig kvantitet.<sup>53</sup> Klausuler som behandlar dessa parallella förpliktelser bör utformas med omsorg. Exempelvis kan ett avtal vara konstruerat så att återförsäljaren har en skyldighet att från huvudmannen årligen inköpa minst 1000 stycken produkter till ett i förväg avtalat pris. Återförsäljaren har med andra ord utfärdat en inköpsgaranti med därtill hörande sanktionsmöjligheter för huvudmannen i händelse av bristande uppfyllelse. I en sådan situation har huvudmannen åtminstone en skyldighet att årligen leverera 1000 stycken produkter till återförsäljaren, d v s parterna har ömsesidiga förpliktelser att köpa respektive sälja åtminstone 1000 st produkter per år.<sup>54</sup> Om avtalet inte i övrigt innehåller någon bestämmelse om parternas skyldigheter i detta avseende är detta otillfredsställande ur återförsäljarens synvinkel. Om återförsäljarens försäljning av produkten går bättre än väntat har denne normalt ingen möjlighet att kräva att huvudmannen levererar mer än den avtalade kvantiteten.<sup>55</sup>

I de fall både huvudmannen och återförsäljaren är underkastade en best efforts- eller best endeavoursklausul med hänsyn till ansträngningar att leva upp till återförsäljaravtalets anda eller övergripande syfte, kan återförsäljaren troligtvis kräva att huvudmannen levererar mer än den angivna minimikvantiteten som avser återförsäljarens inköp från huvudmannen. Dock är det oklart hur mycket mer än den angivna minimikvantiteten återförsäljaren bör kunna kräva att huvudmannen skall leverera.

---

<sup>53</sup>I EÅ 93 regleras huvudmannens förpliktelse:

*"§ 16 Leveransskyldighet*

*Leverantören förbinder sig att leverera den kvantitet som är förutsedd i § 8.*

*Om Leverantören inte levererar kvantitet enligt första stycket eller om det framstår som uppenbart att så inte blir fallet har Ensamåterförsäljaren[...]rätt att säga upp avtalet med 3 månaders uppsägningstid.[...]."*

<sup>54</sup>Jämför § 8 och § 16 i EÅ 93 som refererats ovan. Observera dock att bestämmelserna i EÅ 93 behandlar ensamåterförsäljarens försäljning till slutkunder.

<sup>55</sup>Se ORGALIME Artikel 14:

*"Article 14.-Obligation to supply a minimum quantity*

*The Manufacturer shall supply the minimum quantity provided for in Article 3. If the Manufacturer does not fulfil this obligation, the Distributor shall be entitled to terminate the Contract on giving three months' notice by registered letter."*

Motsvarande klausul i ICC:s modellavtal lyder:

*"Article 7 Conditions of supply Prices*

*7.1. The Supplier shall in principle supply all Products ordered, subject to their availability, and provided payment of the Products is adequately warranted. The Supplier may not unreasonably reject orders received from the Distributor; in particular, a repeated refusal of orders contrary to good faith ( e. g. if made for the purpose of hindering the Distributor's activity ) shall be considered as a breach of contract by the Supplier."*

Klausulen får i jämförelse med motsvarande bestämmelser i ORGALIME:s modellavtal och EÅ 93 anses vara mer fördelaktig för huvudmannen. Den skall dock ses i ljuset av att ICC:s modellavtal inte i dess grundversion innehåller bestämmelser om försäljningsmål/garanti.



I de flesta fall har huvudmannen inga problem att leverera mer än den avtalade minimikvantiteten, men frågan parterna bör beakta är hur stor volym återförsäljaren kan kräva att huvudmannen skall leverera, samt återförsäljarens sanktionsmöjligheter vid huvudmannens bristande uppfyllelse av denna förpliktelse.<sup>56</sup> En möjlig lösning på detta potentiella problem är att parterna avtalar både om återförsäljarens minsta inköps/försäljningssumma och huvudmannens maximiförsäljning till återförsäljaren. Huvudmannens angivna maximiförsäljning bör då givetvis vara högre än återförsäljarens minsta inköps/försäljningssumma.<sup>57</sup>

### 5.2.1 Försäljningsmål och försäljningsgaranti

Den första distinktionen som måste göras är om den avtalade försäljningskvantiteten/-summan är ett försäljningsmål eller en garanti att försäljning av en viss summa eller kvantitet skall ske.<sup>58</sup> Normalt är det inga problem att fastställa denna skillnad.<sup>59</sup> Vid eventuell osäkerhet får tolkning användas för att bestämma innebörden i den omtvistade klausulen.

---

<sup>56</sup>Ett förhållande som kan tänkas ge upphov till svårigheter för huvudmannen att leverera de kvantiteter som återförsäljaren begär är då återförsäljaravtalet omfattar flera olika produkter. Exempelvis kan ett ensamåterförsäljaravtal avse 10 olika maskiner som vardera kostar ungefär lika mycket. Vidare är ensamrätten kombinerad med en förpliktelse för återförsäljaren att årligen inköpa produkter till ett värde av USD 10 000 000. Om parterna, eller åtminstone huvudmannen, vid formuleringen och ingåendet av avtalet antog att efterfrågan på, och således återförsäljarens inköp av produkterna från huvudmannen skulle vara relativt jämnt fördelad på de olika produkterna, infinner sig ett möjligt problem om så inte visar sig vara fallet. Om efterfrågan på en viss maskin är avsevärt mycket större än på de övriga kan återförsäljarens inköp av denna vara tillräckligt för att minimiförsäljningssumman skall vara uppfylld. Det möjliga problemet häri består i en situation då huvudmannens produktion av de olika maskinerna är utformad efter antagandet att efterfrågan på de olika maskinerna skulle vara ungefär lika stor och huvudmannen inte utan vidare kan ändra produktionen. I ett sådant läge kan huvudmannen bli den avtalspart som inte uppfyller den avtalade minimiförsäljningskvoten. Se vidare om frågan i Iversen (1997), sid 226-228 med fotnoter. Härav framgår att återförsäljaren vanligtvis inte har någon rättighet att kräva att huvudmannen levererar mer än den avtalade minimikvantiteten.

<sup>57</sup>Klausuler med detta avtalsinnehåll är mig veterligen sällsynta, troligtvis för att huvudmannen normalt inte har problem att leverera den kvantitet som återförsäljaren begär.

<sup>58</sup>Av utrymmesskal kommer jag fortsättningsvis endast att tala om *försäljningsmål/garanti/summa/kvantitet*. Med tanke på att förpliktelsen även kan avse återförsäljarens inköp från huvudmannen är det i de situationerna mer korrekt att tala om *inköpsmål/garanti/summa/kvantitet*. Läsaren bör ha i åtanke att det som gäller för försäljningsförpliktelser omvänt kan appliceras på inköpsförpliktelser.

<sup>59</sup>Ett exempel på när den avtalade försäljningssumman är formulerad som ett försäljningsmål är artiklarna 8.1. och 8.2. i The ICC Model Distributorship Contract:

"8.1. *The parties may agree annually on the sales targets for the forthcoming year.*

8.2 *The parties shall make their best efforts to attain the targets agreed upon, but the non-attainment shall not be considered as a breach of the contract by a party, unless that party is clearly at fault."*

I artikel 8.2. ges parterna möjlighet att avtala om en garanterad försäljningssumma:

"8.3. *In Annex VII the parties may agree on a Guaranteed Minimum Target and on the consequences of its non-attainment."*

I det engelska rättsfallet *James Shaffer Ltd. v. Findlay Durham & Brodie*<sup>60</sup> var en av rättsfrågorna att avgöra om en klausul i ett agentavtal var en inköpsgaranti eller enbart en förpliktelse för agenten, (ett confirming house), att förmedla de anbud som inkom till denne. Den omstridda klausulen innebar att agenten förpliktade sig att årligen: *"pass on to the manufacturers customers' orders for the goods amounting to not less in volume than the volume of goods which at present price would amount to the value of £80,000."*

Huvudmannen ansåg att klausulen var ett garantiåtagande medan agenten ansåg att förpliktelsen endast innebar en skyldighet att förmedla de anbud som inkom. Court of Appeal gick på huvudmannens linje och ansåg att klausulen innebar ett garantiåtagande att årligen förmedla anbud för £ 80 000. Av det sätt på vilket rättsfallet refereras på skilda håll i doktrinen antyds att avgörandet betraktas som viktigt i det att det pekar på vikten av att noga reglera försäljningsvolymen. Jag har dock svårt att tro att det är den nyss refererade delen av domen som betraktas som betydelsefull. Mer troligt är att den del av domen som behandlar skadeståndsfrågan som är mest av intresse generellt sett. Så som jag läser klausulen kan jag inte se någon oklarhet och jag kan framför allt inte se den tolkning som agenten hävdade.

I ett norskt rättsfall från 1978 var en av rättsfrågorna likartad.<sup>61</sup> Parterna var en traktortillverkare och en av dennes återförsäljare. Huvudmannen hävdade avtalet pågick en bristande försäljningsvolym. Under förhandlingarna vid avtalets ingående hade det varit tal om en minimiförsäljning av tio traktorer per år. Huvudmannen ansåg att detta var en försäljningsgaranti medan återförsäljaren ansåg att det var ett försäljningsmål. Rätten tog fasta på att huvudmannen, efter det att avtalet varat viss tid, klargjort att han menade att tio traktorer per år var en minimikvantitet och att återförsäljaren inte invänt mot detta. Vidare hade försäljningsvolymen på tio traktorer per år inte uppnåtts något av de år avtalet varat tidigare. Huvudmannen hade visat missnöje med detta förhållande tidigare men därutöver inte agerat. Domstolen instämde i huvudmannens tolkning att tio traktorer per år var en minimikvantitet och motiverade detta bl.a. med "reelle økonomiske hensyn" dock utan att närmare förklara detta. Som Nyström anger verkar det inte som om enbart "reelle økonomiske hensyn" var tillräckligt för att motivera domslutet utan även andra faktorer anfördes som skäl för domslutet. Av dessa hade återförsäljarens tidigare försäljningsresultat, isolerat sett, knappast någon

---

Dessa artiklar är som framgår endast mallar för avtalsklausuler och skall formuleras beroende på förhållandet i den enskilda avtalsituationen. Modellavtalet är för närvarande föremål för revidering och ett förslag på ny lydelse finns. Förslaget som sådant är inte offentligt, men enligt Henrik Ulander vid ICC:s Stockholmskontor är den föreslagna lydelsen av artikel 8 oförändrad. (Telefonintervju med Henrik Ulander den 9:e november 2001).

<sup>60</sup>[1953] 1 W. L. R. 106. Rättsfallet refereras i Nyström, sid 114-115.

<sup>61</sup>Eidsivating lagmannsretts dom den 24.2.1978, ankesak nr 240/1977. Rättsfallet refereras i Nyström sid 114.)

betydelse för tolkningen av den omstridda formuleringen. I stället verkar det som de olika delarna i domskälen sammantaget berättigade huvudmannens hävning.

Ytterligare ett exempel på en inte alltför tydlig definition i detta avseende är §8 i Ensamåterförsäljaravtal (EÅ 93). Paragrafen har titeln: "Förutsedd försäljningskvantitet". Texten i paragrafen är utformad så att parterna skall avtala om målet (förutsedd kvantitet) för ensamåterförsäljarens försäljning av produkten inom det avtalade området.<sup>62</sup> I andra stycket i paragrafen stadgas emellertid att leverantören har rätt att säga upp avtalet med tre månaders uppsägningsfrist om den i första stycket avtalade förutsedda kvantiteten ej uppnås eller om det framstår som uppenbart att så ej blir fallet. Med andra ord är den reella innebörden av klausulens formulering en försäljningsgaranti och inte ett försäljningsmål.<sup>63</sup> Som framgår längre fram krävs det normalt vid bristande uppfyllelse av ett försäljningsmål att det kan visas att part agerat culpöst för att sanktionsmöjligheter skall kunna träda i kraft. Detta är således inte nödvändigt vid bristande uppfyllelse av §8 i EÅ 93. Trots en relativt omfattande användning av EÅ 93 har offentliga tvister med anledning av klausulens egentliga innehåll i denna fråga varit mycket ovanliga.<sup>64</sup>

Är det fråga om ett avtalat försäljningsmål som inte uppnås är huvudregeln att sanktionsmöjligheter endast kan komma i fråga om det kan bevisas att den "felande" parten agerat culpöst. Belägg för detta torde främst finnas i allmänna avtals- och skadeståndsrättsliga principer och likheterna i utformningen av standardavtal för återförsäljare.<sup>65</sup>

Om det är fråga om en försäljningsgaranti och den avtalade försäljningskvantiteten/-summan ej uppnås möter det inget hinder för avtalade

---

<sup>62</sup>Notera att det i EÅ 93 avtalade målet avser ensamåterförsäljarens försäljning till slutkunder och inte huvudmannens försäljning till ensamåterförsäljaren.

<sup>63</sup>Påpekas bör att klausulens utformning ger huvudmannen en option på att säga upp avtalet. Om huvudmannen trots en försäljningskvantitet understigande den avtalade vill att avtalet skall bestå är detta givetvis fullt möjligt.

<sup>64</sup>Här gäller återigen det faktum att eventuella skiljedomar p g a sekretessen inte är tillgängliga, vilket teoretiskt kan tänkas innebära att tvister med anledning av klausulen kan ha förekommit som jag inte känner till. Telefonintervjuer med Lars-Olof Eklöf, chefsjurist vid Svensk Handel och Torbjörn Spector, jurist vid Svenskt Näringsliv den 9:e november 2001 bekräftade hypotesen att tvister med anledning av klausulen var ovanliga. Ingen av dem kände till att något sådant fall någonsin avgjorts. De var också bägge av uppfattningen att klausulens reella innebörd var en försäljningsgaranti och inte ett försäljningsmål. Lars-Olof Eklöf menade också att formuleringen som sådan, med beaktande av ovannämnda, var oklart formulerad.

<sup>65</sup>Se de i fotnot 59 behandlade artiklarna 8.1 och 8.2 i ICC:s modellavtal för utländska återförsäljare. Av ordalydelsen i artikel 8.2 torde det här vara fråga om grov culpa, ("clearly at fault"). Se även UfR 1989.316 SHD där domstolen, efter att ha fastställt att parternas återförsäljaravtal inkluderade ett försäljningsmål och inte en försäljningsgaranti, konstaterade att huvudmannens krav på ersättning saknade grund då det inte var bevisat att ensamåterförsäljaren agerat culpöst med hänsyn till sin insats för försäljningen av huvudmannens produkter.

sanktionsmöjligheter att träda i kraft.<sup>66</sup> Normalt är det fråga om hävning, med eller utan tidsfrist, och skadestånd.<sup>67</sup>

Från framför allt huvudmannens sida kan det vara lämpligt att i ramavtalet avtala om vad som gäller vid anteciperat kontraktsbrott, t ex avseende minimiförsäljning. Om frågan ej berörs i avtalet krävs det troligen väldigt dåliga initiala prestationer av återförsäljaren för att huvudmannen skall få göra gällande någon sanktion, i synnerhet om det gäller hävning av avtalet.<sup>68</sup>

### 5.2.2 NJA 1992 s 403

Av stor betydelse i situationer då svensk rätt är tillämplig är i detta avseende NJA 1992 s 403, (Klemeco-fallet). Avgörandet handlade om tolkning av ett återförsäljaravtal med syfte att utröna huruvida återförsäljaren hade lämnat en skadeståndssanktionerad garanti att köpa en i avtalet angiven minimikvantitet.

Klemeco Nord AB upplät 1982 formlöst ensamrättsförsäljningen av en viss byggnadsteknisk produkt till Jernmanufaktur AB, ett företag i byggnadsmaterialsektorn. 1986 träffade parterna ett skriftligt avtal vari bland

---

<sup>66</sup>Här bör noga skiljas mellan handelsagentavtal och återförsäljaravtal. För agentavtal gäller att hävning normalt endast kan ske vid väsentliga kontraktsbrott, (26§ HagL).

<sup>67</sup>Möjligheten för avtalade sanktionsmöjligheter att träda i kraft kan i sin tur vara betingade av olika faktorer. 8§ i EÅ93, (se sid 33-34), stadgar i andra stycket att leverantören saknar rätt att säga upp avtalet om ensamåterförsäljarens bristande försäljning beror på omständigheter som denne inte kan råda över och som inte kunde förutses vid tidpunkten för avtalets träffande och som hindrar ensamåterförsäljaren att uppnå försäljningsmålet. Iversen intolkar i denna lydelse en allmän avmattning av köpkraften i det geografiska området, d v s sämre avsättningsmöjligheter för produkten, vilket skulle innebära att leverantörens rättighet att säga upp avtalet vid ensamåterförsäljarens bristande uppfyllelse av försäljningsmål inte skulle få göras gällande i dessa situationer, (Iversen (1997), sid 219, fotnot 55). Denna tolkning är tämligen djärv och frågan är om han verkligen menar att vikande köpkraft till följd av en allmän global ekonomisk avmattning skall innefattas i detta begrepp. Mer troligt är att författarna av EÅ93 med denna formulering avsåg force majeure-liknande händelser vilka i och för sig kan inkludera ekonomiska recessioner, men det krävs då att dessa är av ganska allvarlig art. En annan sak är att en allmän ekonomisk lågkonjunktur kan slå olika hårt mot olika branscher och mot olika geografiska marknader vilket kan innebära att just ensamåterförsäljarens bransch drabbats extra hårt och situationen således kan anses innefattas i §8, men detta har ju strikt juridiskt sett inte något samband med den allmänna avmattningen. Något korrekt, officiellt svar på frågan vad som avses med formuleringen har jag inte lyckats uppbära. Lars-Olof Eklöf, chefsjurist vid Svensk Handel, var starkt tveksam till om försämrade avsättningsmöjligheter till följd av en allmän ekonomisk avmattning skall anses innefattas i begreppet. Mer troligt är att det är händelser av force majeure-karaktär som åsyftas i paragrafen, (telefonintervju med Lars-Olof Eklöf den 18 December 2001). Något offentligt avgörande i frågan finns ej.

<sup>68</sup>Se t ex *SHT 1931 s 229* där huvudmannen hävde ett representationsavtal en månad efter avtalets ingående med hänvisning till låg försäljningsvolym. Parterna hade avtalat om en viss årlig minimiförsäljning. Domstolen ansåg att representanten inte hade fått tillräcklig tid på sig att visa att han kunde nå upp till den avtalade minimiförsäljningen, (Nyström sid 116-117). Domstolen tog hänsyn till att den inledande perioden som representant i hög grad präglas av förberedande arbete och att försäljningsvolymen då oftast är låg. Det är inte omöjligt att utslaget kunde ha blivit annorlunda om avtalet varat ett antal år och mellanmannens prestation plötsligt vikit markant.

annat angavs under rubriken "minimikvantitet" att Jernmanufaktur skulle köpa en viss minimikvantitet av Klemecos produkt. För åren 1986 och 1987 understeg Jernmanufakturs inköp från Klemeco klart den avtalade summan. Det var alltså ostridigt att avtalsbrott förelåg, men avtalet innehöll inte någon klausul avseende skadeståndsskyldighet vid avtalsbrott.

För att avgöra frågan om Jernmanufaktur i och med minimikvantitetsklausulen hade lämnat en skadeståndssanktionerad garanti menade HD att avtalet skulle ses som en sammanhängande enhet och att ledning skulle sökas i avtalets övriga klausuler. Avtalet innehöll förutom bestämmelsen om minimikvantitet en klausul som stadgade att om återförsäljaren inte uppnådde den avtalade minimikvantiteten så hade huvudmannen rätt att senast den 31 mars påföljande kalenderår säga upp avtalet till omedelbart upphörande, (§ 3.4 i ramavtalet). Därutöver fanns en klausul som angav att part hade rätt att säga upp avtalet till omedelbart upphörande vid motpartens bristande uppfyllelse av förpliktelse under förutsättning att rättelse inte skedde inom 30 dagar efter att ha erhållit meddelande om detta, (§ 10.3) Kraven på återförsäljarens allmänna försäljningsaktiviteter angavs vidare i § 5.1: "Återförsäljaren skall på allt sätt och efter bästa förmåga aktivt verka för största möjliga avsättning av Produkterna inom Territoriet..."

Efter förordnande av HD avgav Stockholms Handelskammare, Sveriges Industriförbund, Grossistförbundet Svensk Handel och Sveriges Handelsagenters Förbund yttranden i målet. Härav framgick att det normalt inte betraktades som ett skadeståndsgrundande kontraktsbrott om återförsäljaren inte uppnådde avtalad minimikvantitet. Yttrandena visade att det inte fanns någon sedvänja vad avsåg frågan i målet. Därmed undanröjdes möjligheten att lösa frågan med hjälp av en branschriktad tolkningsmetod.<sup>69</sup> Den omtvistade klausulens språkliga formulering samt att förhandlingarna mellan parterna inte gav någon hjälp med tolkningen innebar att inte heller en språkinriktad eller partsinriktad tolkningsmetod kunde användas.<sup>70</sup> I stället använde sig HD av en systeminriktad tolkningsmetod och fann att den omtvistade klausulen läst i samband med avtalets övriga bestämmelser inte kunde anses utgöra en sådan skadeståndssanktionerad garanti som Klemeco hävdade. HD redogjorde för §§ 3.4, 10.3 och 5.1 och fortsatte:

"Den hävningsrätt som tillkom Klemeco enligt punkten 3.4 förutsatte inte att Jernmanufaktur hade gjort sig skyldigt till en sådan försummelse att aktivt verka för största möjliga avsättning av produkterna som framgår av punkten 5.1. Om avtalet - som Klemeco gjort gällande - kunde hävas i ett sådant fall även enligt punkten i 10.3, skulle punkten 3.4 inte fylla någon självständig funktion. Det måste därför antas att enbart denna punkt var tillämplig, om Jernmanufaktur inte uppnådde den minimikvantitet som avtalats utan att vara försumlig på sätt som anges i punkten 5.1. Detta utgör i sin tur ett stöd för att en brist med avseende på den avtalade minimikvantiteten inte avsetts vara ett kontraktsbrott som kan utlösa skadeståndsskyldighet."<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup>Ramberg, JT 92/93, sid 686.

<sup>70</sup>Ramberg, JT 92/93, sid 686.

<sup>71</sup>Rättsfallsreferatet sid 413.

Jernmanufaktur behövde således inte kompensera Klemeco trots bristande uppfyllelse av minimikvantitetsklausulen.

Rimligheten i resonemanget kan diskuteras. HD kunde ha valt att se minimikvantitetsklausulen som en avtalsförpliktelse som skulle infrias och att skadestånd skulle utgå om förpliktelsen inte infriades. Detta ter sig enligt mig som det kommersiellt mest rimliga alternativet och det ligger även mer i överensstämmelse med allmänna köp- och skadeståndsrättsliga principer. Hovrätten som använde sig av en språkinriktad tolkningsmetod resonerade i dessa banorna och kom också som enda instans fram till att skadeståndsskyldighet förelåg. I avvaktan på ett eventuellt nytt avgörande i frågan utgör rättsfallet gällande rätt. och innebär att man som huvudman bör inkludera en skadeståndsklausul i avtalet för att få skadestånd vid återförsäljarens bristande uppfyllelse av en försäljningsgaranti. Vad gäller fallets prejudikatvärde utanför svensk rätt är situationen oklar, men jag tror inte att det är helt otänkbart att avgörandet tillmätts åtminstone viss betydelse i Danmark och Norge.

Utgången i målet berodde till stor del på att återförsäljaravtalet innehöll ett flertal klausuler vilka delvis överlappade varandra och skapade osäkerhet om vad som åsyftades med respektive klausul. Om så inte varit fallet hade behovet av att se avtalet som en sammanhängande enhet vid tolkningen varit betydligt mindre. Då hade troligtvis en eller flera klausuler tolkats separat för att avgöra målet. Frågan är vilken betydelse detta förhållande har för fallets prejudikatvärde. Om avtalet inte hade innehållit §3.4 och §10.3 skulle det inte ha funnits något i avtalet som pekade på en annan lösning än att minimikvantitetsförpliktelsen var en skadeståndssanktionerad garanti att uppnå minimikvantiteten. Det skulle i och för sig inte heller finnas något i avtalet som pekade på skadeståndsskyldighet, men frånvaron av de klausulerna hade otvivelaktigt inneburit ett helt annat bedömningsunderlag för domstolarna. Som jag tolkar domskälen är dörren inte helt stängd för huvudmän att få skadestånd i vissa situationer trots att detta ej avtalats<sup>72</sup>

Rättsfallet visar också på den generella betydelsen av att avtala om vilka sanktioner en part har rätt att påkalla vid motpartens bristande uppfyllelse av förpliktelser. Detta gäller i synnerhet krav på skadestånd vid bristande uppfyllelse av marknadsföring, informationsplikt och andra förpliktelser där det kan vara svårt att värdera skadan som kontraktsbrottet orsakat. Skadeståndsberäkningen vid bristande uppfyllelse av en försäljningsgaranti kan vara nog så svår att genomföra men underlättas trots allt av att garantin är specificerad på ett eller annat sätt. En motsvarande skadeståndsberäkning vid återförsäljarens brott mot t ex ett konkurrensförbud har inga liknande utgångspunkter till hjälp.

---

<sup>72</sup>Ur praktisk synvinkel är det givetvis att rekommendera att en praktiserande jurist som företräder en huvudman vid upprättande av ett återförsäljaravtal inte chansar utan verkar för att inkludera en skadeståndsklausul i avtalet. Däremot kan resonemanget i vissa fall användas som motargument om återförsäljaren hänvisar till Klemeco-avgörandet.

### 5.2.3 Skadestånd

Twister med anledning av beräkningen av skadestånd har förekommit.<sup>73</sup> Ett exempel på en garantiklausuls utformning och konsekvenserna av icke-uppfyllelse av densamma är artiklarna 3 och 29 i modellavtalet för utländska ensamåterförsäljare utgivet av ORGALIME:

"Article 3. - Obligation to buy a minimum quantity"<sup>74</sup>

*The Distributor shall buy and take delivery of at least..... within a period of ..... If the Distributor does not fulfil this obligation, the Manufacturer shall be entitled to terminate the Contract on giving three months' notice by registered letter."*

"Article 29. - Indemnity and compensation

*No claims for indemnity or compensation can be lodged by reason of the termination of the Contract, save where these claims are based on breach of contract by one of the Parties."*

### 5.3 Tidsaspekten

De försäljningsmål/garantier som är angivna som en viss summa eller kvantitet är, till skillnad från best efforts- eller best endeavours-klausuler nästan alltid knutna till en viss tidsenhet. Denna kan i princip vara definierad hur som helst men det vanligaste är att perioden avser ett kalenderår eller en 12-månadersperiod. En fråga som utan att vara närmare reglerad kan orsaka meningsskiljaktigheter mellan parterna är till vilken tidsenhet delar eller hela kvantiteten/summan skall hänföras till. Är det anbudsdatum, acceptdatum, orderbekräftelsedatum, huvudmannens leveransdatum, återförsäljarens mottagande av leveransdatum, betalningsdatum eller någon annan tidpunkt som gäller härvidlag? Skall en leverans hänföras till år 1 eller år 2 om återförsäljarens anbud nådde huvudmannen i slutet av år 1 och huvudmannens accept nådde återförsäljaren i början av år 2? Om tidpunkten för anbudet är avgörande skall leveransen hänföras till år 1. Om avtalet anger att tidpunkten för avtalets slutande skall vara avgörande kan fråga uppstå vid vilken tidpunkt avtalet slöts.

Motsvarande problem uppstår i avtal där försäljningsmålet/garantin avser återförsäljarens försäljning till slutkunder. Om frågan är helt oreglerad är det troligt

---

<sup>73</sup>I ICC case no. 7006/92, (se närmare om rättsfallet fotnot 95), var en av frågorna på vilka grunder beräkningen av skadeståndet skulle ske. Skiljenämnden ansåg att beräkningen skulle ske med utgångspunkt från återförsäljarens försäljning till slutkunderna. Grunden för detta var att huvudmannens förlust ansågs utgöra summan av de ersättningsbeställningar som återförsäljaren skulle ha gjort om återförsäljarens försäljning till slutkunderna legat på den nivå som i fallet ansågs utgöra uppfyllelse av avtalsenlig förpliktelse. Summan avseende återförsäljarens inköp av huvudmannen saknade här betydelse.

<sup>74</sup>I en fotnot till artikeln uppmanas avtalsparterna att exakt definiera minimikvantiteten. Fotnoten återges ej här.

att branschsedvänjan på avtalsrättens område blir vägledande. Avtalslagens regler om avtals ingående genom utväxling av anbud och accept är inom affärsvärlden vanligtvis behäftade med diverse undantag och variationer.<sup>75</sup> Orderbekräftelser torde vara mer regel än undantag i kommersiella avtalsförhållanden. Vilken avtalsrättslig betydelse de har varierar dock. Inte sällan hänvisar ramavtalet och/eller ett individuellt köpavtal till någon form av allmänna villkor, t. ex. leverans- och betalningsvillkor.<sup>76</sup> Dessa innehåller ibland men inte alltid bestämmelser om avtals ingående. Om återförsäljaravtalsförhållandet varat mer än en kort tid tillmäts troligtvis parternas tidigare agerande vid ingåendet av de individuella köpavtalen relativt stor betydelse för att avgöra vid vilken tidpunkt avtal uppstod.

## 5.4 Prislistor

Det normala är att parterna inkluderar en prislista i återförsäljaravtalet med funktion att ange till vilka priser återförsäljarens inköp från huvudmannen enligt de individuella köpavtalen skall ske. Prislistan blir i och med att den bifogas avtalet inkorporerad med och en del av avtalsinnehållet. Vanligt är också att avtalet reglerar under vilka förutsättningar priserna kan ändras. Ibland regleras även vilka eventuella konsekvenser detta får för ett avtalat försäljningsmål/garanti. Om någon prislista inte bifogas återförsäljaravtalet blir priset en fråga som får regleras i de individuella köpavtalen. Av detta följer att priset i så fall kan variera från köpavtal till köpavtal vilket i sig är ett osäkerhetsmoment. Det sistnämnda försvårar den långsiktiga planering som präglar återförsäljaravtal och är anledningen till att prislistor vanligtvis bifogas ramavtalet.<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup>Bestämmelser om att ett avtal är giltigt "subject to boards approval" och dylika formuleringar är inte ovanliga. Dessa och övriga avtalsrättsliga föreskrifter kan antingen vara angivna i det enskilda avtalet i fråga, men de kan även vara skriftligen eller muntligen avtalade i förväg så att de bildar ett regelverk för hur avtal mellan parterna skall slutas. På samma sätt är det möjligt för parterna att avtala om på vilka grunder eventuell tolkning av avtalet skall ske.

<sup>76</sup>T. ex. 4§ i EÅ 93.

<sup>77</sup>En prislista i ramavtalet innebär inte nödvändigtvis att priserna är fixerade till vissa belopp vilka skall vara de samma vid samtliga individuella köpavtal under avtalets löptid. Parterna kan t ex avtala om ett grundpris för en produkt vilket skall justeras i enlighet med ett prisindex. I de fall prisförändringarna för den underliggande varan är betydande kan detta få stora konsekvenser för frågan om återförsäljarens försäljning varit tillräcklig. I de fall parterna gjort priset avhängigt av en eller flera externa faktorer utan att reglera vilken betydelse detta skall ha för frågan om försäljningsmål/garanti bör utgångspunkten vara att någon hänsyn till prisförändringen inte skall tas i de fall förpliktelsen avser en viss kvantitet/tidsenhet. Motsatsvis finns det ingenting som talar mot att det högre priset skall få medräknas då förpliktelsen avser en summa/tidsenhet. I de fall prisförändringen trots allt skall beaktas är det inte självklart att en eventuell skälighetsbedömning skall ta sin utgångspunkt i det pris som rådde vid ramavtalets slutande. Om det kan visas att den historiska volatiliteten för priset på produkten varit hög talar detta för att ribban bör höjas för vad som skall anses som relevanta förändrade avtalsförutsättningar vilka motiverar en revidering av försäljningsmål/garanti.



I de fall återförsäljaravtalet innehåller försäljningsmål- eller försäljningsgarantiklausuler som avser återförsäljarens inköp från huvudmannen ligger, om inget annat anges, de priser som anges i prislistan till grund för beräkningen av om försäljningsmålet eller -garantin är uppfyllt. Om någon prislista inte bifogats ramavtalet tillämpas de priser som avtalats i samband med de individuella köpavtalen. Vid beräkningen av en försäljningsklausul som avser återförsäljarens försäljning till slutkunder uppstår frågan vilka priser som skall ligga till grund för beräkningen.<sup>78</sup> Vilken, om någon, betydelse har i dessa situationer en till återförsäljaravtalet bifogad prislista innehållande huvudmannens försäljningspriser? Enligt vilka priser skall beräkningen av återförsäljarens försäljning utgå från? Skall det vara de priser som återförsäljaren sätter vid dennes vidareförsäljning till slutkunder eller skall det vara priserna som anges i prislistan i återförsäljaravtalet?

Det som talar för att försäljningen skall beräknas med utgångspunkt från återförsäljarens prissättning är främst själva ordalydelsen i dessa försäljningsklausuler; "...målet [eller] garantin för återförsäljarens försäljning...", "återförsäljaren garanterar att försäljningen skall uppgå till minst X SEK/år", o s v. Begreppet "återförsäljarens försäljning" kan i det sammanhanget anses stå i motsats till *huvudmannens* försäljning och omfatta de aspekter som härrör ur återförsäljarens försäljningsverksamhet vilka inkluderar de priser och övriga villkor som tillämpas av återförsäljaren i dennes försäljningsverksamhet. Om återförsäljaren *garanterar* en viss minimiförsäljning kan garantin göras mer eller mindre omöjlig att uppfylla om huvudmannen kontrollerar priserna som skall ligga till grund för föremålet för garantin. Detta gäller även i de fall någon prislista inte inkluderats i avtalet, utan priserna är en förhandlingsfråga vid varje köpavtal. Som tidigare nämnts är detta dock relativt ovanligt. Om det hade varit parternas avsikt att klausulen skulle läsas på ett annat sätt än den direkta ordalydelsen ger vid handen så borde detta uttryckligen ha angetts.

Vidare skulle detta förhållande innebära att eventuella ändringar i återförsäljarens prissättning får betydelse för frågan om försäljningsklausulen är uppfyllt. Huvudmannen saknar rättighet att bestämma vilka priser återförsäljaren skall tillämpa. Som tidigare nämnts är det dock i praktiken mycket svårt för återförsäljaren att vid prissättningen avvika alltför mycket från de priser som gäller mellan huvudmannen och återförsäljaren.

Om beräkningen skall ske med utgångspunkt från återförsäljarens priser måste huvudmannen känna till vilka priser som återförsäljaren avser att tillämpa vid

---

<sup>78</sup> Artikel 93 i EÅ som behandlar förutsedd försäljning tar sikte på ensamåterförsäljarens försäljning till slutkunder och inte ensamåterförsäljarens inköp från huvudmannen. Här avser dock försäljningsmålet kvantitet och inte summa. I de fall parterna avtalat om kvantitet orsakar en prislista i ramavtalet ur den här aspekten inget tolkningsproblem. Om försäljningsmålet är 100 enheter/kalenderår spelar priset ur den aspekten ingen roll.

vidareförsäljningen och kan därefter räkna om detta pris till motsvarande avseende huvudmannens försäljningspriser. Eftersom det står återförsäljaren fritt att ändra priserna bör avtalet ange vad som gäller med hänsyn till försäljningsmålet om så sker. Det bör observeras att en sådan bestämmelse inte reglerar motsvarande aspekt avseende huvudmannens prisförändringar, vilket innebär att ett ramavtal i så fall bör innehålla både klausuler som behandlar vad som gäller vid förändringar av huvudmannens priser respektive vad som gäller vid förändringar av återförsäljarens priser.

Det som talar för att försäljningen skall beräknas med utgångspunkt från de priser som huvudmannen tillämpar vid försäljningen till återförsäljaren är att det huvudsakliga syftet med klausuler om försäljningsmål och försäljningsgarantier är att skydda huvudmannen från att hamna i den ogynnsamma situation som skulle uppstå om huvudmannen saknade möjlighet att utse en ny återförsäljare inom det geografiska området om ensamåterförsäljarens försäljning skulle vika. Det är knappast någonsin som återförsäljaren arbetar för att ett ramavtal skall innehålla klausuler med försäljningsmål/garanti, utan dessa tillkommer så gott som alltid på huvudmannens initiativ. En utgångspunkt för tolkningen av klausulen får på grund av detta anses vara den metod som är förmånligast för huvudmannen, d v s att försäljningen skall beräknas med utgångspunkt från huvudmannens försäljningspris. Om parterna vid utformandet av ramavtalet inte närmare diskuterat frågan bör huvudmannen kunna hävda att återförsäljaren bort inse att huvudmannen avsåg att huvudmannens priser skulle gälla och att återförsäljaren genom att inte anmärka på detta godkänt det som avtalsinnehåll.

## 5.5 Nettofakturametoden

Vid beräkningen av återförsäljarens inköp från huvudmannen, alternativt återförsäljarens försäljning till slutkunder, kan resultatet variera beroende på vilket underlag som används för beräkningen. Om de fakturerade beloppen okritiskt och utan förbehåll läggs samman är risken stor att huvudmannen missgynnas på återförsäljarens bekostnad eftersom fakturabeloppen ofta är resultaten av fler faktorer än själva ersättningen för produkten. Frakt- och försäkringskostnader är vanligtvis inkluderade i fakturapriset. Administrativa kostnader och övriga faktorer som påverkar priset uppåt eller nedåt är i och för sig ofta redovisade på, eller i anslutning till fakturan, men frågan är vilka av dessa som skall medräknas vid beräkningen av återförsäljarens försäljning.

Innehållet i nettofakturametoden är, om än med variationer, något som inte sällan behandlas i standardavtal och det torde i vissa branscher till och med vara så pass vanligt att det kan betraktas som sedvänja. När jag i det följande beskriver innehållet i nettofakturametoden kan detta i källorna ha en annan beteckning, men eftersom innehållet i sak uppvisar stora likheter har jag för ordningens skull valt att inrymma detta under nyssnämnda definition.

Nettofakturametoden innebär att beräkningen av försäljningen sker med utgångspunkt i fakturabeloppet med avdrag för vissa kostnader. Dessa kostnader varierar men vanligtvis inkluderar de kostnader för frakt, försäkring, tull, eventuell montering m m. Normalt sker inte avdrag för kontant- eller kassarabatt. Det materiella innehållet i nettofakturametoden skall inte närmare behandlas här. I stället skall fokuseras på de frågor som metoden kan leda till vid beräkning av försäljningsmål/garanti.

Nettofakturametoden kan användas lika mycket för att beräkna försäljning i återförsäljaravtal som i andra kommersiellt mellanmansrättsliga avtalsförhållanden. De publicerade rättsfall som ger stöd för metoden avser nästan uteslutande handelsagentavtal. Å andra sidan har detta troligtvis sin förklaring i att handelsagentavtal är den avtalstyp som oftast öppnar för möjligheten att lösa tvister vid allmän domstol.<sup>79</sup>

De klausuler i standardavtal för ensamåterförsäljare som jag kommer att hänvisa till handlar inte direkt om nettofakturametodens användning vid beräkning av försäljningsmål/garanti. Istället handlar de om bestämmande av försäljningen för fastställande av återförsäljarens avgångsvederlag (EÅ 93), beräkning av huvudmannens direktförsäljning till slutkunder för bestämmande av återförsäljarens rätt till provision (ICC, ORGALIME) Jag har inte lyckats hitta ett avtal som med nettofakturametoden eller på annat sätt anger hur huvudmannens försäljning till återförsäljaren eller återförsäljarens vidareförsäljning skall beräknas. Däremot förekommer nettofakturametoden relativt ofta som beräkningsunderlag för intilliggande uträkningar.

Det som talar för att nettofakturametoden skall användas även vid beräkningen av huvudmannens försäljning till återförsäljaren samt återförsäljarens vidareförsäljning är principen om att ledning för uttolkning av en avtalsklausul skall sökas ur andra delar av avtalet. Dessutom är standardavtal och modellavtal konstruerade med tanken att det skall vara möjligt för parterna att med utgångspunkt från modellavtalet konstruera ett individuellt avtal. Detta förhållande anges inte sällan i ingressen till standardavtalen, eller i anslutning till dessa. Avsaknaden av bestämmelser för beräkningen kan dessutom vara en indirekt uppmaning till parterna att själva avtala om detta, d v s ett outtalat påstående om att parterna i denna fråga typiskt sett kan antas ha större benägenhet till olika uppfattningar än de kan tänkas ha angående beräkningen av andra aspekter, t ex försäljningsunderlaget vid beräkning av eventuellt avgångsvederlag.

---

<sup>79</sup>Från dansk rättspraxis kan nämnas UfR 1989. 309 DHR1(Responsa): Provisionen till en handelsagent skulle beräknas med utgångspunkt från det till kunden fakturerade beloppet med avdrag för eventuella frakt-, försäkrings- och monteringskostnader. För övrig rättspraxis se vidare Iversen (1997), sid 112-114. Sammantaget speglar rättspraxis innehållet i de standardavtal som redogörs för i detta kapitel och vice versa.

En annan förklaring, är att standardavtalens upphovsmän har ansett att det vid denna beräkning inte ansetts troligt att parterna kunde tänkas ha olika uppfattningar om hur beräkningen skulle ske. Detta förklaringsexempel kontrasterar starkt mot föregående och är mindre troligt, men dock teoretisk möjligt. Det som talar för denna förklaringsmodell är det faktum att tvister med anledning av denna beräkning trots allt verkar vara ganska sällsynta.

Å andra sidan kan hävdas att om syftet var att nettofakturametoden skulle ligga till grund för beräkningen kunde detta enkelt ha angivits. Avsikten kan knappast ha varit att parterna skulle gå omvägen via andra avtalsklausuler och tolka in denna bestämmelse när detta enkelt hade kunnat anges direkt i klausulen som anger försäljningsmålet/garanti.

I EÅ 93 används nettofakturametoden för att beräkna underlaget för ensamåterförsäljarens avgångsvederlag:

*"§ 21 Avgångsvederlag*

*[...]Leverantörens försäljning till Ensamåterförsäljaren skall beräknas på fakturornas belopp efter avdrag för omkostnader för transport, förpackning, försäkring, tull, skatt och avgift eller annan sådan merkostnad under förutsättning att dessa kostnader angetts särskilt i fakturan. Avdrag skall inte göras för kontant- eller kassarabatt."*

I ICC:s modellavtal för ensamåterförsäljaravtal används nettofakturametoden vid beräkningen av återförsäljarens kommission vid huvudmannens direktförsäljning till slutkunder:

*"Annex II, Commission on direct sales*

*§3 Calculation and payment of commission*

*3.1. The commission shall be calculated on the net amount of the invoices, i.e. on the effective sales price (any discount other than cash discounts being deducted) clear of any additional charges (such as packing, transportation, insurance) and clear of all duties or taxes (including value-added tax) of any kind, provided that such additional charges, duties and taxes are separately stated in the invoice."*

Sammantaget uppvisar innehållet i de mest använda standardavtalen för återförsäljare en samlad bild av definitionen på beräkningsunderlaget. Motsvarande definition har bekräftats i rättspraxis vad gäller beräkningsunderlaget för provision i handelsagentavtal. Detta talar för att nettofakturametoden kan anses vara sedvänja i de branscher där den används och bör användas i de fall parterna inte närmare avtalat om hur beräkningen skall ske. Osäkerhetsmomentet består i det faktum att nettofakturametoden trots allt inte anges som beräkningsmetod för frågan om försäljningsmål/garanti är uppfyllt. Genom att definiera hur beräkningen skall ske vid intilliggande frågor visar författarna av standardavtalen att det föreligger ett generellt behov av att definiera beräkningen.

Avsaknaden av definition av beräkningen av försäljningsmål/garanti kan som redogjorts för tolkas på olika sätt.

## 5.6 Paula Lee-fallet

Ett rättsfall som belyser frågan om tolkning av en försäljningsgaranti är Paula Lee Ltd. v. Robert Zehil Ltd.<sup>80</sup> Den direkta rättsfrågan i målet var hur skadeståndet skulle beräknas i samband med ett kontraktsbrott i ett återförsäljaravtal, men domstolens resonemang kan ge viss vägledning för hur beräkningen av huvudmannens försäljning till återförsäljaren eller återförsäljarens försäljning till slutkunder skall ske.

I fallet hade käranden (en klänningstillverkare), utnämnt svaranden (återförsäljaren) till sole distributor av huvudmannens produkter i Kuwait och Saudi Arabien. Avtalet, som var tidsbegränsat, innehöll en minimi-inköpsklausul vari svaranden förpliktade sig att för varje säsong inköpa minst 16 000 plagg från käranden. Avtalet stipulerade vidare att återförsäljaren hade full frihet att utforma försäljnings- och marknadsföringsansträngningarna inom det geografiska området under förutsättning att minimi-inköpsklausulen uppfylldes. Detta innebar bl a att återförsäljaren fick lov att sälja huvudmannens produkter till vem de ville inom det geografiska området och på villkor de själva bestämde. Minimi-inköpsklausulen stipulerade inte närmare hur antalet plagg skulle beräknas med hänsyn till pris, storlek eller modell.

Då två säsonger återstod av kontraktperioden sa återförsäljaren upp avtalet utan saklig grund och frågan uppstod hur skadeståndet skulle beräknas.<sup>81</sup>

Återförsäljaren ansåg att eftersom avtalet gav denne full frihet vad avsåg marknadsföringen av produkten inom det geografiska området, så skulle motsvarande frihet anses föreligga när det gällde vilka plagg återförsäljaren skulle köpa från huvudmannen. Återförsäljaren menade, även om det inte uttrycktes explicit, att minimi-inköpsklausulen skulle tolkas i ljuset av åtminstone den delen av avtalet som behandlade marknadsförings- och försäljningsåtgärder. Skadeståndet skulle således beräknas på grundval av huvudmannens uteblivna vinst vid en tänkt beställning av 32 000<sup>82</sup> av de billigaste plaggen i sortimentet.

Huvudmannen hävdade däremot att skadeståndet skulle beräknas på genomsnittspriset av samtliga de plagg i produktsortimentet som var lämpade för försäljning i det geografiska området eftersom återförsäljaren, om inte avtalet sagts upp, skulle ha köpt plagg av varierande priser och modeller. Denna

---

<sup>80</sup>Paula Lee Ltd. v. Robert Zehil Ltd. [1983] All E.R. 390.

<sup>81</sup>Fallet hade tidigare varit uppe för bedömning då domstolen fastställt att avslutandet av avtalet skett utan saklig grund och att skadestånd skulle utgå p g a kontraktsbrott.

<sup>82</sup>2 resterande säsonger à 16 000 plagg.

beräkningsmetod skulle leda till att det utdömda skadeståndet blev högre än det skulle bli enligt återförsäljarens förslag på beräkning på bredare vinstmarginaler för de dyrare plaggen.

I domstolens resonemang konstaterades att grunden för skadeståndsberäkning i denna typ av fall ofta stod att söka i domskälen i rättsfallet *Abrahams v Herbert Reiach Ltd*, där det fastställdes att: "*a defendant is not liable in damages for not doing that which he is not obliged to do.*"<sup>83</sup> Detta citat avsåg visserligen minimiprestation och inte minimiersättning till den skadelidande parten men kunde likväl appliceras på ifrågavarande situation. Av 1922 års rättsfall framgick även att domstolen vid skadeståndsberäkning med anledning av kontraktsbrott, där avtalet medger fullgörande på mer än ett sätt "*...must be made from those methods of performance which can be regarded as reasonable, on whatever basis yields the result least unfavourable to the defendants.*"<sup>84</sup>

Denna princip, som typiskt sett var utgångspunkten för skadeståndsberäkning i ifrågavarande fall, talade för att återförsäljarens skadeståndsskyldighet begränsades till en antagen utebliven vinst för det fall återförsäljaren skulle ha beställt 32 000 av de billigaste plaggen.

Domstolen konstaterade dock att detta inte var en kommersiellt rimlig tolkning av avtalet. Den avtalsklausul som behandlade marknadsföringen och försäljningen inom området gav visserligen återförsäljaren stor frihet att själv bestämma utformningen av dessa delar av parternas samarbete, inklusive inköpsvolym och försäljningspris, men att därifrån dra slutsatsen att parternas avsikt vid tidpunkten för slutandet av avtalet var den att återförsäljarens inköp per säsong skulle avse 16 000 av de billigaste plaggen, som dessutom samtliga skulle vara av samma färg, modell och storlek var inte rimligt; "*...a configuration which would alienate their wholesalers, deprive the plaintiffs of anything but a ludicrous presence in the territory, and kill the market not only for the current seasons but for those which were to follow.*"<sup>85</sup>

I stället skulle avtalet tolkas utifrån antagandet att avtalet var slutet "*subject to an implied term*" att återförsäljarens inköp av klädesplaggen skulle vara diversifierade på ett rimligt sätt. Det fanns inte någon aspekt av avtalet som sådant eller situationen i övrigt som berättigade ett avsteg från en kommersiellt rimlig tolkning av avtalet. I återförsäljaravtalet angavs uttryckligen att återförsäljarens inköp skedde "*...for the territory...*"<sup>86</sup> Denna formulering pekade starkt på att klänningarna var avsedda att säljas vidare och inte exempelvis att gömmas undan i en lagerlokal eller eldas upp eller något annat i och för sig möjligt men föga

---

<sup>83</sup> *Abrahams v Herbert Reiach Ltd* [1922] 1 K.B. 477 sid 482.

<sup>84</sup> sid 396 i rättsfallet.

<sup>85</sup> sid 396 i rättsfallet.

<sup>86</sup> sid 396 i rättsfallet.

ekonomiskt meningsfullt sätt. Svarandens uppfattning om hur avtalet skulle tolkas var, om inte oförenlig med avtalets bokstavslydelse, i vart fall starkt kontrasterande mot det bakomliggande syftet som domstolen ansåg låg till grund för avtalet. Skadeståndet skulle således beräknas på en skyldighet för svaranden att köpa en rimlig blandning av 16 000 plagg. Domstolen konstaterade härvidlag att parterna med beaktande av nyssnämnda kunde komma fram till mer än ett resultat beroende på hur "rimlig blandning" tolkades. Av dessa olika resultat uppmanades parterna att beakta avgörandet i *Abrahams v Herbert Reiach Ltd.* där det fastställdes att domstolen vid beräkning av skadestånd på grund av kontraktsbrott skall, om mer än ett sätt för fullgörande finns, utgå från den för svaranden minst ogynnsamma fullgörelsemetoden. Exakt hur skadeståndet slutgiltigt kom att beräknas är okänt eftersom domstolen inte bestämde detta utan uppmanade parterna att med ledning av domen själva komma fram till en förlikning, men troligt är att uppgörelsen uppvisade stora likheter med avgörandet.

Frågan är i vilken omfattning motsvarande resonemang kan användas i tvister där den direkta rättsfrågan är huruvida en försäljningsmål/garantiklausul är uppfylld eller ej. Om ett återförsäljaravtal innehåller en förpliktelse för återförsäljaren att årligen inköpa minst 16 000 plagg från huvudmannen kan resonemanget användas vid en eventuell skadeståndsberäkning som den i rättsfallet. Om rättsuppgiften endast är att konstatera huruvida inköpsförpliktelsen är uppfylld eller ej ter det sig inte lika självklart att från domstolens sida kräva att återförsäljarens inköp skall vara diversifierade på det ena eller det andra sättet.

Om det vore huvudmannens avsikt att återförsäljarens inköpsförpliktelse skulle vara utformad på ett visst sätt så bör konsekvensen av att detta ej angivits primärt åvila huvudmannen.<sup>87</sup> Huvudmannens skyldighet i detta hänseende får anses vara starkare ju större prisskillnad som finns mellan produkterna som omfattas av avtalet. Ett avtal kan inte utan vidare jämkas, utfyllas eller ogiltigförklaras bara för att den ena avtalsparten gynnas och den andra missgynnas.

Å andra sidan är prisskillnaden produkterna emellan något som också kan tala för att inköpen bör vara prismässigt diversifierade. Kärnan i Paula Lee avgörandet var att skadeståndets storlek skulle vara resultatet av en kommersiellt rimlig tolkning av återförsäljarens inköpsförpliktelse. Av uppenbara skäl väger detta resonemang tyngre ju större skillnaden i huvudmannens nettovinst/resultat per såld produkt är.<sup>88</sup> Om produktsortimentet för en ensamrätt omfattar ett flertal

---

<sup>87</sup>Jämför det resonemang som oklarhetsregeln vilar på. Oklarhetsregeln används, åtminstone i svensk rätt, framför allt i näringsidkare-konsumentförhållanden.

<sup>88</sup>I de flesta situationer, inklusive den i Paula Lee fallet, är huvudmannens vinstmarginal större för de produkter som kostar mer än för de som kostar mindre, men nettoresultatet kan i vissa fall vara oberoende av priset på produkten, dvs nettoresultatet kan vara bättre för en produkt som kostar mindre än en produkt som kostar mer. Av denna anledning är det i sammanhanget mer korrekt att tala om nettovinst/resultat eller vinstmarginal per produkt i stället för pris per produkt.

produkter med väldigt stora skillnader i priser mellan den dyraste och den billigaste produkten är det i och för sig tveksamt om huvudmannens syfte med avtalet är uppfyllt om återförsäljaren endast köper den avtalade minimikvantiteten av de billigaste produkterna. Det är heller inte en rimlig variation i inköpen enligt den princip som framkom i Paula Lee fallet.<sup>89</sup> Det är dock inte självklart att huvudmannens syfte med avtalet skall vara det avgörande för bedömningen. Likaså kan kravet på att inköpen skall vara rimligt diversifierade under vissa förutsättningar slå orimligt hårt mot återförsäljaren. Anledningen till återförsäljarens val av produkter kan ju tänkas vara att marknaden endast efterfrågar just de produkterna. Givet det faktum att varje såld produkt genererar en vinst för återförsäljaren bör det ligga i dennes intresse att från huvudmannen inköpa de produkter som kan förväntas bli sålda.<sup>90</sup> I en sådan situation är ett krav på återförsäljaren att dennes inköp skall omfatta vissa produkter bara eftersom de ligger inom ett visst prisintervall både oskäligt och föga kommersiellt rimligt om återförsäljaren inte kan sälja produkterna vidare.<sup>91</sup>

---

<sup>89</sup>I Paula Lee fallet redovisades inte hur stor prisskillnaden mellan de olika produkterna var. Beroende på hur stora skillnaderna i pris eller nettovinst per produkt är kan en strikt bokstavstolkning leda till väldigt konstiga resultat. Om produkterna för en ensamrätt omfattar en maskin med ett pris på en miljon kronor och reservdelar och tillbehör till denna med priser ned till några hundra kronor kan det totala utfallet av en minimikvantitetsförpliktelse variera väldigt. I fall som det sistnämnda är det troligt att en strikt bokstavstolkning kan angripas med förutsättningsläran. Men återigen aktualiseras frågan var gränsen skall gå mellan att kräva, respektive inte kräva att inköpen skall vara prismässigt diversifierade.

<sup>90</sup>En annan sak är de situationer då det kan misstänkas att återförsäljaren tröttnat på huvudmannens produkter p g a svårigheten att sälja dessa och därför inlett samarbete med andra huvudmän med andra produkter. I stället för att säga upp avtalet med den förste huvudmannen, vilket normalt leder till skadeståndsskyldighet, kan det vara mindre kostsamt att låta avtalet löpa ut och fram till dess endast köpa in de billigaste produkterna, speciellt då avtalet stipulerar en återköpskyldighet för huvudmannen vid avtalets upphörande.

<sup>91</sup>Gorton har kommenterat rättsfallet i *Contract of affreightment*, (opublicerat manus). Med utgångspunkt från ett antal frågor diskuterar han avgörandets användbarhet för tolkning av kvantitetsuppfyllelse. På frågan om principen i rättsfallet kan användas vid beräkning av återförsäljarens inköp från huvudmannen skriver han bl a: "...would the contract have been properly performed if 16.000 dresses at the cheapest end of the range had been purchased? Clearly not, I would say, if it is accepted that the purpose of the contract was to serve and enhance the market of the territory." Jag anser att det krävs betydligt mer information för att avgöra frågan om detta skulle anses vara ett kontraktsbrott eller ej. Inledningsvis bör beaktas att tolkningen av en försäljningsgaranti och syftet med avtalet är två olika frågor, även om de utan tvekan har ett nära samband med varandra. Med beaktande av mitt resonemang ovan om att det primära ansvaret för att en försäljningsgaranti som avser flera produkter till olika pris inte är diversifierad bör åvila huvudmannen samt den möjligheten att marknaden ibland endast efterfrågar vissa produkter ur ett sortiment, kan frågan om kontraktsbrott eller ej inte enbart avgöras genom att se på de inköpta produkternas pris. Vad avser syftet med avtalet är detta en fråga som innefattar fler aspekter än försäljningsvolymen. En skyldighet att befästa och öka försäljningen av huvudmannens produkter har karaktären av en best efforts-förpliktelse vilken innebär en skyldighet att på alla sätt verka för att syftet med avtalet uppnås. I bedömningen av om en best efforts-förpliktelse är uppfyllt eller ej utgör försäljningsvolymen endast en del, om än en betydelsefull sådan, av bedömningsunderlaget. (Se vidare kap 8). Det sagda innebär att en skyldighet att befästa och öka försäljningen av huvudmannens produkter i sig inte innebär



Om huvudmannen vill att återförsäljarens inköp skall vara diversifierade finns alltid möjligheten att avtala om separata försäljningsmål/garantier för samtliga eller en del av produkterna i avtalet.<sup>92</sup> Ur huvudmannens synvinkel innebär detta alternativ både fördelar och åtminstone potentiella nackdelar. Fördelen är att huvudmannen ges möjlighet att agera om försäljningen av en produkt som huvudmannen betraktar som viktig sjunker. Risken finns dock att en diversifierad försäljningsgarantiklausul vid en rättslig prövning kan anses oskälig. Om återförsäljaren uppnått den erforderliga försäljningsvolymen för produkterna A, B, C och D, men inte för produkten E kan det under vissa förutsättningar tyckas onödigt hårt att återförsäljaren skall drabbas av de avtalsstraff som skulle gälla vid bristande uppfyllelse av en icke diversifierad försäljningsgaranti. Detta gäller i synnerhet då försäljningsvolymen för produkterna A, B, C och D ligger långt över ett avtalat försäljningsmål/garanti. Det är inte osannolikt att det i stället görs en bedömning i det enskilda fallet där avtalsförhållandets längd, de olika produkternas betydelse för parterna och de övriga produkternas försäljningsvolym m m beaktas. Å andra sidan är en sådan helhetsbedömning raka motsatsen till syftet med diversifierade försäljningsklausuler. Resultatet blir då snarlikt det som följer av en "vanlig" försäljningsklausul. Sammanfattningsvis innebär dock diversifierade försäljningsklausuler en viss risk för att en domstol gör avsteg från klausulens lydelse, vilket i de allra flesta fall drabbar huvudmannen.

I sammanhanget kan också skiljas mellan å ena sidan tvister där huvudmannen kräver skadestånd på den grunden att återförsäljaren inte uppnått avtalat försäljningsmål/garanti, å andra sidan tvister där huvudmannen kräver skadestånd på annan grund. I de förra fallen blir rättens första uppgift att bestämma om skadeståndsskyldighet föreligger, något som på grund av yrkandet kräver att rätten tar ställning till om återförsäljaren uppnått avtalat försäljningsmål/garanti. Om skadeståndsskyldighet föreligger blir nästa uppgift att bestämma skadeståndets storlek. Det torde då vara både bekvämt och ändamålsenligt för domstolen att använda sig av den beräkning som nyss använts för att bestämma om skadeståndsskyldighet föreligger. I den andra kategorin tvister där grunden för yrkat skadestånd är en annan, t ex illojal konkurrens, krävs det inte att domstolen tar ställning till om avtalat försäljningsmål/garanti är uppfyllt eller ej och en eventuell skadeståndsberäkning är därmed inte lika styrd som i den förra kategorin.

---

att inköpen måste vara diversifierade. I de fall huvudmannen kan bevisa att återförsäljarens val av de billigaste produkterna inte varit betingade av efterfrågan hos slutkunderna talar dock mycket för att förpliktelsen inte är uppfylld, d v s det övergripande syftet med avtalet blir avgörande för bedömningen. Det innebär vidare att inköpsförpliktelsen som sådan kan anses vara uppfylld samtidigt som best efforts-förpliktelsen inte anses vara det och vice versa.

<sup>92</sup>Om avtalet omfattar tre olika produkter kan försäljningsmålet för produkt A vara 500 000 kronor, för produkt B 800 000 kronor, samt försäljningsansträngningarna av produkt C enligt best efforts.

## 6 Best efforts

### 6.1 Allmänt

En avtalsförpliktelse kan i princip vara utformad på vilket sätt som helst. En fundamental skillnad finns mellan skyldigheter att uppnå ett visst resultat och skyldigheter att agera på ett visst sätt. Ett alternativ till att specificera ett försäljningsmål/garanti med en summa eller kvantitet är att med en mindre exakt formulering ange hur omfattande återförsäljarens försäljningsansträngningar skall vara.<sup>93</sup> De vanligaste av dessa formuleringarna är att återförsäljaren skall använda best efforts, best endeavours eller arbetsinsats enligt något liknande uttrycksätt.<sup>94</sup> I avtal som är författade på ett annat språk än engelska beskrivs arbetsinsatsen normalt på det språk som används i avtalet i övrigt. Dessa formuleringar är vanligtvis längre vad avser antalet ord, längden på den beskrivande formuleringen o s v.<sup>95</sup> Detta hindrar i och för sig inte att formuleringar på andra språk än

---

<sup>93</sup>Som anges längre fram är en vanlig orsak till best efforts-klausuler och liknande oklart formulerade avtalsklausuler inkluderas i avtal att båda parter är medvetna om fördelarna och vill sluta ett avtal. I stället för att låta divergerande uppfattningar om detaljformuleringarna i avtalet bli orsaken till att avtal inte kommer till stånd eller blir försenat ingås ett avtal där ingen av parterna egentligen vet vad som avses med den oklara delen av avtalet. Man resonerar att det är bättre att ta tolkningsproblemen när de uppkommer än att inte ingå ett avtal alls.

<sup>94</sup>Due diligence, utmost efforts för att nämna några. Det är i praktiken möjligt för parterna att beskriva det icke-specifierade agerandet på vilket sätt de vill, men de här behandlade formuleringarna är de mest vanligt förekommande.

<sup>95</sup>Se till exempel §5 i EÅ 93:

*"Marknadsföring, service och mässor*

*Ensamåterförsäljaren skall effektivt verka för och främja försäljningen av Produkten inom Området, bland annat genom att vidta och bekosta normala marknadsföringsåtgärder och bygga upp och vidmakthålla en lämplig försäljnings- och serviceorganisation...".*

I kommentaren till avtalet anges att det i vissa fall kan vara lämpligt att i en bilaga till avtalet specificera vad parterna åsyftar med nyssnämnda formulering.

Från dansk rättspraxis kan nämnas: "*med al sin flid og energi at gå ind for sagen samt s[ö]rge for, at en regelm[ä]ssig propaganda og andet salgsarbejde finder sted.*", (UfR 1966. 412 HD), "*...ved en virkelig effektiv arbejdsindsats at s[ö]rge opnået st[ö]rst muligt salg i amtet...*", (UfR 1962.820 HD). I det sistnämnda fallet ansågs den refererade klausulen inte vara ett förbud för handelsagenten att till en viss grad representera även en annan huvudman med liknande produkter. Ett liknande resonemang förekom i det engelska rättsfallet *Ault and Wiborg Paints v. Sure Service*. Mellanmannens skyldighet att tillvarata huvudmannens intressen enligt en intolkad best endeavours-klausul i ett avtal ansågs inte vara oförenlig med att mellanmannen samtidigt tillvaratog andra huvudmäns intressen så länge den förste huvudmannens intressen blev tillvaratagna åtminstone lika bra som de andra huvudmännens. (Gorton, "Best efforts", sid 112)

I ICC case no. 7006/92 uppstod en tvist i anslutning till en uppsägning av ett ensamåterförsäljaravtal. Huvudmannen (käranden), hade 1987 utsett en ensamåterförsäljare (svaranden), med försäljningsansvar för 15 delstater. (Det geografiska området är något osäkert, då närmare information om detta ej ges i rättsfallsreferatet.) Avtalet innehöll inte något försäljningsmål eller försäljningsgaranti och inte heller i övrigt någon icke-specifik beskrivning av återförsäljarens förpliktelser avseende försäljningsansträngningar eller marknadsföringsåtgärder. I början av 1988 informerade återförsäljaren huvudmannen om att företaget blivit uppköpt av ett annat bolag och i slutet av 1990 sade den nya ägaren upp

engelska uppvisar likheter och att någon slags generella slutsatser kan dras av deras närmare innebörd men samtidigt innebär de språkligt sett mer omfattande beskrivningarna att det möjliga antalet variationer i formulering och därmed närmare innebörd ökar. Försiktighet bör därför iakttas när det gäller att applicera de slutsatser som kan dras av best efforts-klausuler och liknande formuleringar på liknande klausuler skrivna på andra språk.

I fortsättningen benämner jag samtliga klausuler med denna innebörd best efforts- eller best endeavours-klausuler. Om inte annat anges avses även andra formuleringar på engelska och andra språk med liknande innebörd.

Best efforts-klausuler används inom ett stort antal områden för att ange på vilket sätt ett rättssubjekts handlande skall ske. De slutsatser som i rättspraxis och doktrin dragits avseende den närmare innebörden av dessa klausuler varierar därför något beroende på i vilket sammanhang den bedömda klausulen använts, men trots detta uppvisar många rättsavgöranden likheter och det går att dra vissa slutsatser som är generellt tillämpliga.<sup>96</sup>

---

återförsäljaravtalet. Huvudmannen väckte talan mot den förste och den andre återförsäljaren och krävde skadestånd på grunden att avtalet sagts upp utan saklig grund. En av frågorna i målet var huruvida återförsäljarna uppfyllt sina marknadsförings- och försäljningsförpliktelser. I målet framgick att försäljningen av huvudmannens produkt varit mycket liten redan under den förste återförsäljarens tid. Om någon försäljning skedde efter det att återförsäljarbolaget bytt ägare var oklart, men om så skedde var den i vart fall obefintlig. Återförsäljarbolaget hade varit officiellt registrerat så som exklusiv återförsäljare för huvudmannens produkt i 15 delstater samt förvarat de av huvudmannen levererade produkterna i den förste återförsäljarens lagerlokaler. Bortsett från detta kunde återförsäljarna inte bevisa att de ytterligare marknadsfört produkten. Tvärtom framkom det att den ansvarige för marknadsföring av huvudmannens produkt, (Mr X), slutade sin anställning, (oklart under vilka former detta skedde), kort efter det att återförsäljarbolaget bytt ägare, utan att någon efterträdare anställdes eller utsågs. Vidare hade ingen försäljning skett genom normala distributionskanaler efter tidpunkten då den förste återförsäljaren informerade huvudmannen om ägarbytet. Skiljenämnden valde att intolka en förpliktelse för återförsäljaren likt den som följer av en best efforts-klausul:

*"There being no stipulated purchase or sales quotas to attain (obligation of result) first distributor's obligation was one of means."* Därefter konkluderade att:

*"I do not consider that maintaining the remaining stock in first distributor's warehouse or maintaining price listings in 15 different states in compliance with local legal requirements constituted promotion or distribution of the product. These were merely necessary preliminaries to promotion and distribution."*

<sup>96</sup>Christou pekar på en skillnad i innebörden av en best efforts-klausul beroende på om det är fråga om ett handelsagentavtal eller ett återförsäljaravtal. En återförsäljare har till skillnad från en handelsagent en mer direkt kontakt med slutkunderna eftersom återförsäljaren till skillnad från handelsagenten är avtalspart. En best efforts/best endeavours klausul som avser mellanmannens skyldighet att förbättra huvudmannens goodwill har av denna anledning större betydelse i ett handelsagentavtal än i ett återförsäljaravtal. (Cristou, sid 138.) Resonemanget pekar på att utgångspunkten för utrönandet av den korrekta innebörden av en best efforts-klausul i princip alltid är att någon form av tolkning eller precisering måste användas. Med andra ord är ordalydelsen som sådan nästan aldrig tillräckligt tydlig för att klausulen skall ge upphov till rättigheter och skyldigheter.

## 6.2 Rättspraxis

I USA innehåller UCC åtminstone två relevanta paragrafer. § 1-203 lyder:

*"Every contract or duty within this Act imposes an obligation of good faith in its performance or enforcement."*<sup>97</sup>

§ 2-306(2) lyder:

*"A lawful agreement by either the seller or buyer for exclusive dealing in the kind of goods concerned imposes unless otherwise agreed an obligation by the seller to use its best efforts to supply the goods and by the buyer to use its best efforts to promote their sale."*

Båda paragraferna har karaktären av generalparagrafer och det är i realiteten rättspraxis som mer precist anger vad som åsyftas. Observera att § 2-306(2) inte omfattar avtal som inte är behäftade med ensamrätt.

I *Van Valkenburgh v. Hayden Publishing Co.*<sup>98</sup> ansågs en best efforts-klausul innebära en skyldighet att agera lojalt<sup>99</sup> dock utan att samtidigt behöva bortse från sina egna intressen.

I *Bloor v. Falstaff Brewing Corp.*<sup>100</sup> hade svaranden köpt rättigheterna till kärandens ölmärke "Ballantine". Köpavtalet angav att svaranden förutom köpeskillingen på 4 miljoner USD skulle betala royaltysättning till käranden på 50 cents per såld Ballantineöl under en period av 6 år efter överlåtelsen av rättigheterna. Svaranden, som även saluförde egna ölmärken, lovade att använda best efforts för att marknadsföra och sälja Ballantineöl och att bibehålla höga försäljningsvolymerna av märkets produkter. Efter överlåtelsen skedde diverse förändringar hos svarandens bolag vilka bl a inkluderade att anslagen för marknadsföring minskades med nästan 90%. Detta ledde bl a till att försäljningen av Ballantineöl sjönk med knappt 21 % första året (1975) och knappt 46% andra året (1976) vilket ledde till lägre royaltysättning till käranden. Samtidigt steg försäljningen av övriga märken som svaranden saluförde, inklusive svarandens egna märken, med drygt 2 % första året respektive sjönk med drygt 13% andra året. Domstolen refererade till *Van Valkenburgh v. Hayden Publishing Co.* och bedömde att best efforts-klausulen inte innebar att svaranden hade en skyldighet att fokusera på försäljningen av Ballantineöl så till den grad att de riskerade att gå i konkurs. Dock skulle de ha behandlat Ballantineölen som sina egna märken och undersökt andra alternativ att bedriva försäljningen av bolagets produkter vilka inte skulle ha haft en negativ inverkan på försäljningen av Ballantineölen. Sammantaget ansågs svaranden inte ha levt upp till best efforts-förpliktelsen.

---

<sup>97</sup>Engelsk rätt saknar motsvarande skyldighet för parter vid fullgörande av avtalsförpliktelse. (Gorton, "Best efforts", sid 110).

<sup>98</sup>30 N.Y.2d 34, 330 N.Y.S.2d 329, 281 N.E.2d 142 (1972).

<sup>99</sup>*good faith.*

<sup>100</sup>601 F.2d 609 (2d Cir. 1979).

Som Gorton redogör för verkar det som om amerikanska domstolar har valt att inte tolka best efforts-klausuler bokstavligt.<sup>101</sup> Detta gäller särskilt då den presterande parten riskerar att drabbas hårt ekonomiskt som var fallet i *Van Valkenburgh v. Hayden Publishing Co.* I praktiken har best efforts normalt endast inneburit reasonable efforts, d v s en mindre omfattande förpliktelse än vad en bokstavstolkning ger vid handen.

Brittiska domstolar har valt att tolka best efforts-klausuler mer bokstavligt, d v s det krävs av en avtalspart som har en förpliktelse att agera enligt best efforts att vederbörande gör sitt yttersta i sitt handlande för att uppnå målet med avtalet eller en del av avtalet. I likhet med amerikansk rätt krävs det dock inte att den förpliktigade parten har en skyldighet att driva sig själv till ruinens brant eller över för att uppfyllelse skall anses ha skett.<sup>102</sup> Trots denna principiella skillnad mellan brittiska och amerikanska domstolars bedömning uppvisar domskälen i många rättsavgöranden uppenbara likheter. En samlad bedömning av kontraktssituationen i stort och en rimlighetsbedömning av parternas agerande, inte bara den part som har en förpliktelse att agera enligt best efforts. I en del brittiska rättsfall verkar också best efforts i praktiken ha ansetts innebära reasonable efforts eller reasonable endeavours likt majoriteten av de amerikanska rättsfallen. Så var fallet i *Terrell v. Mabie Todd & Co.*<sup>103</sup> Svaranden var licenstagare i ett avtal rörande tillverkning och försäljning av reservoarpennor och hade en skyldighet att använda best endeavours för att försäljningen av pennorna skulle vara så hög som möjligt samt att iakta due diligence vid marknadsföringen av produkterna. Domstolen fastställde att varje avtal skulle tolkas utifrån vilken typ av avtal det var samt syftet med avtalet. Due diligence och best endeavours kunde inte anses innebära en skyldighet att ruinera sig själv eller att agera utan att ta hänsyn till sin egen ekonomiska situation. I stället ansågs avtalet ålägga svaranden en skyldighet att agera på det sätt som under omständigheterna skäligen kunde förväntas: "*The standard of reasonableness is that of a reasonable and prudent board of directors acting properly in the interests of their company...*".

Tolkningen av best endeavours i *Ault and Wiborg Paints v. Sure Service*, (se fotnot 95) verkar också ligga närmare reasonable efforts än en plikt att göra sitt yttersta för att uppfylla ett avtal. Domskälen i sistnämnda rättsfall uppvisar f. ö. likheter med det danska rättsfallet UfR 1962.820 HD, (se fotnot 95). Generellt sett visar många av rättsfallen, oberoende av från vilket land de kommer, en tendens från domstolarnas sida att ta hänsyn till de affärsmässiga villkoren som präglade parternas situation, dock utan att göra avkall på den juridiska bedömningen av rättsfrågan.

---

<sup>101</sup>Gorton, "Best efforts", sid 123.

<sup>102</sup>Gorton, "Best efforts", sid 110,123.

<sup>103</sup>[1952] 27 TLR 574.

I *Davis Ltd. v. Tooth & Co. Ltd.*<sup>104</sup> hade svaranden i rollen som ensamagent för kändens produkter i en del av Australien lovat att "...devote the principal part of their energies so far as Scotch whisky is concerned by means of themselves their travellers and others pushing the sale of Watson's No. 10...". Detta ansågs av domstolen innebära att svaranden: "... was under an obligation vigorously to promote the sale of the whisky...and to sell as much of that whisky as they could throughout the whole period of the contract..." Sammantaget ansågs det visat att agenten inte hade gjort tillräckliga försäljningsansträngningar, ("steady effort[s]"). Vare sig försäljningen eller marknadsföringen av produkterna ansågs tillfredsställande. Dessutom hade agentens egna försäljare förmedlat kontrakt avseende konkurrerande märken. Det är svårt att peka på en enskild faktor som ansågs utgöra grund för rättens dom. Det verkar i stället vara en samlad bedömning av hela kontraktssituationen inklusive delar av tidigare avtalsförhållanden mellan känden och svaranden som har fällt avgörandet.

Domen är, liksom många andra rättsfall som redogörs för i detta kapitel, i stora delar negativt formulerad, d v s den anger vad som inte ansågs utgöra tillräckligt agerande för att avtalsförpliktelsen skulle anses vara uppfylld. Det går till viss del att med ledning av detta sluta sig till vad som skulle ha kunnat tänkas utgöra tillräckliga försäljningsansträngningar. Det är dock svårt att med hjälp av domstolens resonemang med säkerhet säga vilket agerande som skulle ha varit tillfredsställande. Med andra ord ger detta rättsfallet, liksom de flesta andra rättsfall i detta kapitel/denna uppsats en relativt god bild av vad som inte anses utgöra tillräcklig uppfyllelse av best efforts-klausuler. Däremot ges normalt endast antydningar och indirekt information om vad som i det enskilda fallet skulle ha ansetts utgöra tillräcklig uppfyllelse.

Domen innehåller ytterligare ett i sammanhanget relevant avsnitt. Svaranden i fallet var agent för för fler huvudmän än känden. Svaranden gjorde sig alltså i princip inte skyldig till något avtalsbrott när produkter av andra märken förmedlades eller såldes.<sup>105</sup> Svaranden hävdade att så länge marknadsförings- och försäljningsansträngningarna för kändens märke var större än för övriga märken i sortimentet uppfylldes den omstridda förpliktelsen i avtalet. Kändens åsikt, vilken också delades av domstolen, var att klausulen innebar en skyldighet att framhäva<sup>106</sup> just huvudmannens märke: "...that is to say, to make it prominent in its whisky business, and so to push it." Troligtvis var en betydande orsak till denna slutsats den exakta ordalydelsen i klausulen i fallet; "...the principal part of their energies..." Domstolen skilde med andra ord på att framhäva respektive att endast volymmässigt lägga ned mest energi på huvudmannens produkter i

---

<sup>104</sup>[1937] 4 All ER 118.

<sup>105</sup>Trots det nämndes det förhållandet i den del av domen där det redogjordes för agentens bristande uppfyllelse av avtalet.

<sup>106</sup>"feature".

jämförelse med produkter i övriga avtalsförhållanden.<sup>107</sup> En handelsagent eller en återförsäljare som agerar mellanman för mer än en huvudman, vilket inte är ovanligt, har, liksom troligen agenten i rättsfallet, liknande formuleringar i samtliga avtal denne har med sina respektive huvudmän.<sup>108</sup> Om mer än ett av dessa avtal kan tolkas att innebära en skyldighet för mellanmannen likt den i *Davis Ltd. v. Tooth Co. Ltd.*, dvs en skyldighet för mellanmannen att framhäva just en viss huvudman framför andra som mellanmannen representerar, uppstår en ohållbar situation för mellanmannen. Av uppenbara skäl kan endast en huvudman framhåvas framför andra.<sup>109</sup> Om en rättslig prövning skulle visa att en mellanman har mer än ett avtal som kräver att just huvudmannen i det avtalet skall prioriteras framför alla andra uppstår frågan vad som kan krävas av mellanmannen.<sup>110</sup>

Motsvarande problem uppstår även om domstolen skulle tolka förpliktelsen något lägre, dvs att det räcker att mellanmannen volymmässigt lägger ned mest energi/tid på en viss huvudman. Detta kan bli fallet dels då mellanmannen är part i mer än ett avtal med en lydelse som den i *Davis*, dels då någon form av best efforts- eller best endeavours-klausul tolkas till samma innebörd. En möjlighet är att konstatera att mellanmannen omöjligt kan prestera det sammanlagda avtalsinnehållet och därefter jämka förpliktelsen till en formulering som anger arbetsinsats men inte kräver att den skall vara mer omfattande än andra liknande avtalsförpliktelser som mellanmannen har. En annan möjlighet är att se på tidpunkterna för mellanmannens ingående av de olika avtalen. Troligtvis skulle det avtal som ingicks först då vara det enda där huvudmannen kunde kräva att just han får merparten av mellanmannens arbete. Om det vid en rättslig tvist mellan mellanmannen och huvudman 2 konstateras att mellanmannen i ett tidigare ingått avtal med huvudman 1 redan har en förpliktelse att prioritera huvudman 1 framför andra eventuella huvudmän öppnar detta för huvudman 2 att häva avtalet och kräva skadestånd. Mellanmannen har ju då vid slutandet av avtalet med huvudman 2 ådragit sig en förpliktelse som är omöjlig att uppfylla.<sup>111</sup> En tredje

---

<sup>107</sup> Det är troligt att begrepp som framhäva, feature och liknande formuleringar i sig kan ge upphov till tolkningsproblem. Av utrymmesskäl skall detta inte närmare redogöras för.

<sup>108</sup> I rättsfallet redogjordes inte närmare för agentens övriga avtalsförhållanden.

<sup>109</sup> Här bortses från möjligheten att dela upp marknadsförings- och försäljningsansträngningarna i olika, mindre delar och på det viset kunna satsa merparten av arbetet med en viss del på en huvudman och merparten av arbetet med en annan del på en annan huvudman. Jag har dock svårt att se att detta är ett resonemang som skulle vinna framgång vid en rättslig prövning.

<sup>110</sup> I realiteten kan det många gånger vara omöjligt för mellanmannen att visa detta förhållande eftersom avtalen normalt innehåller förbud mot att avslöja innehållet i dessa för utomstående.

<sup>111</sup> I en eventuell sådan situation kan det för det första påpekas att huvudman 2 vid ingåendet av avtalet vanligtvis kan antas vara ovetande om detaljerna i mellanmannens övriga avtalsförpliktelser. Ansvaret för konsekvenserna av att mellanmannen har dubbla förpliktelser bör då primärt åvila mellanmannen. Det kan dock tänkas att huvudmannen innan han ingår ett avtal vill veta vilka övriga avtalsförhållanden mellanmannen är part i. Om så är fallet påverkar detta ansvarsfördelningen. För det andra kan det påpekas att förpliktelsernas verkliga innebörd i många fall kan antas vara medvetet eller omedvetet oklara för både huvudmannen och mellanmannen vid tidpunkten för avtalets ingående.

möjlighet är att domstolen endast beaktar avtalet mellan käranden och svaranden och konstaterar att återförsäljaren har en skyldighet att prioritera huvudmannen i den aktuella tvisten och lämnar åt återförsäljaren att lösa de problem denne kan tänkas få med huvudmän i andra avtalsförhållanden p g a detta. Av bevis- och sekretesskäl är sistnämnda alternativ inte orealistiskt.

I YCA case no 5946/90 var en av rättsfrågorna huruvida en återförsäljare<sup>112</sup> hade brustit i sin skyldighet att sälja huvudmannens produkter enligt den best efforts-klausul som fanns i parternas avtal. Rättsfallet är ett bra exempel på den individuella bedömning, delvis i kombination med branschsedvänja som är utmärkande för avgöranden i denna typ av fall. Redogörelsen för fakta i målet innehåller en del detaljer vilka, även om de inte har någon betydelse för rättsfallets prejudikatvärde, kräver att läsaren tillgodogör sig för att förstå avgörandet.

Käranden och svaranden ingick 1983 ett avtal vari svaranden förpliktade sig att som återförsäljare sälja kärandens (huvudmannens) vinprodukter inom det geografiska området.<sup>113</sup> Avtalet stipulerade att återförsäljarens försäljningsansträngningar av produkterna skulle ske enligt best efforts. I början av 1985 meddelade huvudmannen missnöje med återförsäljarens försäljningssiffror och sa upp avtalet.

Framställningen i målet visade att återförsäljarens inköp från huvudmannen var fördelade enligt följande:

andra halvåret 1983:	145 290 buteljer, (52 %)
första halvåret 1984:	35 376 buteljer, (13 %)
andra halvåret 1984 samt 1985 års första order:	96 576 buteljer, (35 %)

--

-----  
277 242 buteljer

Parterna hade olika uppfattningar om hur dessa försäljningssummor skulle användas vid beräkningen av återförsäljarens inköp från huvudmannen. Huvudmannen hävdade att beräkningen skulle ske med utgångspunkt från 1983 års försäljningssiffror. Genom att multiplicera försäljningssumman för det andra halvåret av 1983 (145 290) med två erhöles en försäljningssumma för hela året

---

<sup>112</sup>Exakt vilken rättslig kategori mellanmannen tillhörde är något oklart. [...sole and exclusive agent for the distribution and sale of...] Avtalet betecknades "sole and exclusive agency agreement". Trots detta tyder informationen i rättsfallet snarare på att det var ett sole ensamåterförsäljaravtal. Troligtvis saknar denna distinktion nämnvärd betydelse vad gäller rättens resonemang avseende återförsäljarens påstådda bristande uppfyllelse av best efforts-klausulen. Graupner skriver att det är allmänt vedertaget att formellt felaktiga benämningar på ensamåterförsäljaravtal som t. ex. sole agency, general agency och liknande formuleringar i detta avseende är irrelevanta och harmlösa i den meningen att de inte fråntar ensamåterförsäljaravtalet sitt innehåll. (*Graupner*, sid 884).

<sup>113</sup>Det framgår inte uttryckligen vilket det geografiska avtalsområdet var. Mycket tyder dock på att det antingen var hela USA, eller en eller flera delstater i USA.



1983, (290 580 buteljer). Därefter adderades försäljningssummorna för första och andra halvåret av året 1984 vilket gav resultatet 131 952 buteljer. Denna beräkningsmetod innebar att 1984 års inköp från huvudmannen var 54 % lägre än motsvarande siffror för 1983.

Återförsäljaren menade att försäljningssiffrorna för de första 12 månaderna av avtalet skulle ligga till grund för beräkningen. Genom att lägga ihop försäljningssummorna för det andra halvåret av 1983 med det första halvåret av 1984 erhöles en försäljningssumma på 180 666 buteljer. Därefter multiplicerades försäljningssumman för det andra halvåret 1984 med två, vilket gav 193 152 buteljer. Genom denna beräkningsmetod visade försäljningssiffrorna från den andra hälften av 1984 och första halvåret av 1985 en ökning på 7 % jämfört med föregående 12-månaders period.

Skiljenämnden godtog dock varken kärandens eller svarandens version av hur försäljningssiffrorna skulle användas. I stället menade den att det avgörande för beräkningen var att jämföra liknande tidsperioder vilket innebar att endast det andra halvåret av 1983 och det andra halvåret av 1984 kunde jämföras med varandra.<sup>114</sup> Den andra hälften av kalenderåret innehöll Thanksgivning, jul- och nyårshelgerna, vilka ansågs ha en tydlig inverkan på försäljningen av vin. En jämförelse mellan dessa tidsperioder visade en försäljningsminskning med 34 %.

Denna minskning innebar i sig en möjlig bristande uppfyllelse av återförsäljarens best efforts-förpliktelse. Skiljenämnden menade emellertid att försäljningssiffrorna skulle ses i sitt sammanhang. Under den aktuella tidsperioden hade ett antal förändringar skett, vilka sammantaget innebar att återförsäljarens möjligheter att uppnå goda försäljningsresultat avseende huvudmannens produkter hade försämrats. Förändringarna innefattade bl a nya varumärken på huvudmannens produkter, samt att huvudmannen, utan att i förväg informera återförsäljaren, började sälja en del av återförsäljarens marknadsförda varorna konkurrerande produkt inom det geografiska området. Vidare meddelade huvudmannen i februari 1984 att denne inte kunde garantera leverans av samma viner varje år. Dessa förändringar var alla hänförliga till huvudmannen och innebar att försäljningsminskningen på 34 % inte ansågs utgöra ett brott mot best efforts-klausulen. Exakt vilka förändringarna var hade knappast någon nämnvärd betydelse för avgörandet. Det betydelsefulla var snarare omfattningen av de olägenheter som åsamkades återförsäljaren och dennes försäljningsansträngningar på grund av huvudmannen introducerade förändringarna. I de här fallet ansågs olägenheterna vara av den omfattningen att de förtog verkan av den minskade försäljningen. Av detta följer att om olägenheterna av någon orsak hade varit

---

<sup>114</sup>Vad avsåg återförsäljarens påstådda bristande uppfyllelse för de två första månaderna av 1985 konstaterades att huvudmannens uppsägning av avtalet i början av detta år förhindrade återförsäljaren att prestera ett resultat som kunde användas för att jämföra motsvarande period 1984 (de första halvåren av 1984 resp. 1985).

mindre omfattande så hade de, åtminstone inte helt och hållet, neutraliserat återförsäljarens minskade försäljning

Rättsfallet visar som tidigare nämnts på den individuella bedömning som torde vara den mest vanligt förekommande och mest lämpliga i denna slags fall. Den typ av produkter som var föremål för avtalet satte otvivelaktigt sin prägel på skiljenämndens resonemang. Om det hade varit fråga om produkter vars allmänna försäljningstendens inte kunde anses vara betingad av någon speciell del av året hade motiveringen med stor sannolikhet blivit annorlunda. Frågan är huruvida man av detta rättsfallet kan dra slutsatsen att försäljningsjämförelser avseende sistnämnda kategori av produkter kan ske mellan vilka tidsperioder som helst. Det finns i och för sig inget i avgörandet som motsäger detta och de tidsperioder som var föremål för jämförelse var ju en direkt följd av produkternas säsongbetonade försäljningskaraktär. Å andra sidan berörs inte hur en jämförelse skulle ha kunnat ske om produkterna typiskt sett varit av sådan art att de kunnat sälja lika bra hela året. Detta i kombination med det låga antal avgöranden som finns i denna frågan samt tveksamheter avseende prejudikatvärdet hos skiljeavgöranden innebär att det känns osäkert att dra några andra slutsatser än att huvudmannens agerande tillmäts stor betydelse för frågan om en best efforts-förpliktelse är uppfylld.

Domen är relativt lång och detaljrik. Däremot är åtminstone det första ledet i bedömningen av best efforts-förpliktelsen väldigt kortfattad. Domstolen konstaterade helt kort att en försäljningsminskning på 34% jämfört med en tidigare tidsperiod var en möjlig bristande uppfyllelse av best efforts-förpliktelsen. Någon mer exakt definition på var gränsen för kontraktsbrott skulle gå förekommer inte. Tyngdpunkten verkar i stället ligga på det andra ledet i bedömningen där det konstaterades att huvudmannens agerande innebar att återförsäljarens möjligheter till goda försäljningsresultat minskade. Om huvudmannen inte hade agerat så som i fallet hade det troligen krävts en mer utförlig motivering till varför försäljningsminskningen på 34% ansågs vara ett presumtivt kontraktsbrott.

### 6.3 Slutsats best efforts

Återförsäljaravtal, liksom många andra typer av avtal, innehåller regelmässigt best efforts-förpliktelser eller liknande bestämmelser. Det verkar inte sällan som om best efforts-klausulen slentrianmässigt inkluderats i avtalet utan att parterna tänkt särskilt mycket på syftet med eller de juridiska konsekvenserna av klausulen. I vissa fall verkar avsikten i princip bara vara att formellt ange att det framtida samarbetet skall ske i god anda. Frågan om klausulen, ensam eller i förening med övrigt avtalsinnehåll i ramavtalet eller ett individuellt köpavtal, kan ge upphov till rättigheter och skyldigheter spelar många gånger en undanskymd roll vid

avtalsförhandlingarna.<sup>115</sup> Syftet med klausulen skulle i så fall endast vara att accentuera vikten av att prestera enligt de mer specificerade avtalsvillkoren. Rimligheten av en sådan slutsats är tveksam. Om ett avtal stipulerar att X skall prestera en viss sak så är X:s skyldighet att göra så inte beroende av ytterligare en klausul som anger vikten av att avtalsvillkoren efterlevs. Det blir kaka på kaka. Av detta följer att utgångspunkten för en bedömning av en best efforts-klausuls betydelse bör vara att klausulen på ett eller annat sätt ger upphov till rättigheter och skyldigheter för avtalsparterna. Avvikande åsikter om detta förekommer dock.<sup>116</sup>

Inte sällan innehåller att avtal både en mer detaljerad bestämmelse, t. ex. ett försäljningsmål i ett återförsäljaravtal, och en best efforts-klausul med ett bredare täckningsområde som bl. a. inkluderar ämnet för den mer detaljerade bestämmelsen. Beroende på vilken typ av avtal det är fråga om kan fråga uppstå hur klausulerna skall läsas tillsammans, alternativt om en och i så fall vilken av bestämmelserna som skall ha företräde. I återförsäljaravtal, liksom avtal för handelsagenter, franchisetagare och andra kommersiella mellanmän vars syfte, med diverse variationer, är att sälja huvudmannens produkter eller att verka för huvudmannens bästa innebär en best efforts-klausul normalt en ytterligare förpliktelse för mellanmannen än att nå det avtalade försäljningsmålet/garantin.<sup>117</sup>

Generellt sett har best efforts/best endeavours-klausuler tolkats likartat av domstolar i den rättspraxis som finns tillgänglig i ämnet. I och för sig kan små skillnader märkas mellan t. ex brittisk och amerikansk rättspraxis, liksom att det förekommer mindre avvikelser från rättsfall till rättsfall. Rättsföljden av en best efforts-klausul verkar dock bedömas relativt enhetligt. De skillnader som trots allt existerar blir ännu mindre när det gäller innebörden av best efforts-klausuler i återförsäljaravtal och liknande avtal. Kombinationen av den allmänna lojalitetsplikt som finns i avtalsförhållanden, inklusive återförsäljaravtal, och den generella bedömning av kontraktssituationen i stort som präglar majoriteten av de rättsfall som redogjorts för leder ofta till snarlika resultat vad avser frågan om mellanmannens agerande varit tillräckligt för att best efforts-förpliktelsen skall anses vara uppfylld. I de fall parterna inte närmare avtalat om återförsäljarens försäljning intolkas vanligen en best efforts-förpliktelse p g a avtalets karaktär.

---

<sup>115</sup> Detta är det intryck jag fått vid samtal med diverse jurister och huvudmän i återförsäljaravtalsförhållanden. Något statistiskt belägg för att detta är vanligt förekommande finns mig veterligen inte.

<sup>116</sup> Se t ex Christou som anger att dylika formuleringar vanligtvis inte är något mer än avsiktsförklaringar, men att huvudmannen kan stödja sig på dem vid missnöje med handelsagentens prestationer i situationer då något regelrätt avtalsbrott inte kan påvisas. (Christou sid 56-57). Vad Christous egen åsikt i frågan är framgår inte.

<sup>117</sup> Gorton, ("Best efforts"),sid 107-108. Gorton exemplifierar detta med en avtalsförhandling där återförsäljaren anser att huvudmannens föreslagna minimikvantitet är för hög samtidigt som huvudmannen anser att återförsäljarens önskemål är för lågt vilket leder till att parterna enas om en minimikvantitet som båda kan acceptera i kombination med ett incitament för återförsäljaren att prestera bättre än den avtalade minimikvantiteten, dock utan att garantera ett bättre resultat.

Därefter bedöms om återförsäljarens arbete motsvarat den intolkade förpliktelsen.<sup>118</sup>

Förutom den rättspraxis som redogjorts för anses återförsäljaravtal innehålla en allmän skyldighet att tillvarata den andra partens intressen.<sup>119</sup> Rättsföljden av denna skyldighet uppvisar stora likheter med rättsföljden av en best efforts-förpliktelse. Den huvudsakliga skillnaden består troligen i att avtalsparterna vid formuleringen av en best efforts-klausul, trots den likartade bedömning som rättsavgöranden från olika jurisdiktioner uppvisat genom tiderna, har möjlighet att utforma klausulen så att en mer specifik innebörd åsyftas. I rättspraxis och doktrin anges i synnerhet återförsäljarens skyldigheter att tillvarata huvudmannens intressen. Återförsäljarens skyldighet att tillvarata huvudmannens intressen gäller i synnerhet i ensamåterförsäljaravtal.<sup>120</sup>

Granskningen av avtalsituationen i stort verkar också i de flesta fall omfatta allt som påverkar parternas avtalsrelation och som bedöms vara relevant. Parternas tidigare agerande, övriga avtalsförpliktelser, avsättningsmöjligheterna för produkterna m. m. är faktorer som kan vara betydelsefulla. Vad som krävs är att den förpliktigade parten under hela avtalsperioden gör sitt bästa för att uppnå syftet med avtalet, dock utan att behöva riskera sin egen finansiella situation. Agerandet skall ske som om det vore den förpliktigade partens egen

---

<sup>118</sup>T ex ICC case no. 7006/92, (se fotnot 95) och *Ault and Wiborg Paints v. Sure Service*, (se fotnot 95).

<sup>119</sup>Se bl. a. ICC case no. 7006/92, (se fotnot 95):

*"The distributor's obligations under a distribution contract must therefore not only be determined from the express stipulations of the contract, but they must also be inferred from the expectations normally attached to a distributor's functions and from the circumstances present or foreseeable by the parties when they concluded the agreement."* (Stycke 12 i rättsfallet). Vidare i samma rättsfall:

*"A distribution contract by its nature combines crucial elements of service along with the expected obligations of purchase. The distributor introducing a product to a territory must do more than simply buy the supplier's product. It must also develop and maintain the market for that product in the assigned territory to the best of its ability with the means at its disposal. This does not imply a level of performance which satisfies the suppliers' fond aspirations, nor can the distributor's conduct normally be judged according to external standards of correct procedures commonly accepted in a profession or a specialized trade.... All that can be expected of the distributor is that it do its best with the resources - financial, material and human - present when the contract was entered into, or reasonably within its reach. The supplier cannot expect the distributor to transform itself or the marketplace into something which neither is, nor can reasonably be expected to become in the circumstances."* (Stycke 15 i rättsfallet).

Se även det amerikanska rättsfallet *Griffin & Evans Cosmetics v. Madeleine Mono*, 424 N.Y.S. 2d 269, (2d Dept 1980): "... underlying an agency contract is the implied good-faith obligation that the agent will use his best efforts to promote the principals product." Domskälen i *Flexitized, Inc. v. National Flexitized Corporation*, 335 F.2d 774 (2d Cir. 1964) innehöll ett liknande resonemang angående ett ensamåterförsäljaravtal.

<sup>120</sup>Se t. ex. det norska rättsavgörandet av *Gulating lagmannsrett* 11.3 1967, (ankesak nr 34/1965), där det fastslogs att ensamrätt i ett handelsagentavtal medförde en plikt att vara verksam. Principen går utan tvekan att applicera på ensamåterförsäljaravtal.

angelägenhet, d v s som om det inte fanns någon ytterligare avtalspart. Undantaget är en skyldighet att tåla en måttlig ekonomisk försämring av den egna verksamheten vilket anses följa med avtalsförpliktelsen. Det skall understrykas att rättsföljden som sådan avser den förpliktigade partens agerande. Det är inte möjligt att dra några generella slutsatser angående specifika summor eller kvantiteter som måste förmedlas eller inköpas för att en best efforts-förpliktelse skall anses vara uppfylld. Om en återförsäljares avtalssituation, trots ett idogt säljarbete, p g a någon anledning bedöms vara fullständigt omöjlig och det inte beror på återförsäljaren, är det tveksamt om ens en obefintlig försäljning skulle anses vara ett brott mot en best efforts-förpliktelse.<sup>121</sup>

Isolerat sett uppvisar rättsföljden av en best efforts-klausul även likheter med den som följer av försäljningsmål i återförsäljaravtal med den skillnaden att ett försäljningsmål per definition är specificerat. Vid bedömningen av om en best efforts-förpliktelse är uppfylld krävs det att domstolen, med beaktande av hela kontraktssituationen, bildar sig en uppfattning om hur stor försäljningskvantitet/summa som bildar utgångspunkt för huruvida återförsäljaren varit culpös i sina försäljningsansträngningar. Denna tänkta summa/kvantitet behöver ej nödvändigtvis redovisas av domstolarna och gör det heller inte särskilt ofta, men den bör rimligtvis utgöra en bakgrund för culpabedömningen. De konkreta försäljningsansträngningar som domstolen och för den delen även avtalsparterna avser har ju i sig inget egenvärde utan syftet med återförsäljarens arbete är att sälja huvudmannens produkter. För att inte culpabedömningen skall mista sin kommersiella relevans krävs därför att återförsäljarens försäljningsansträngningar, om än outtalat, omvandlas till en specificerbar, dock inte nödvändigtvis precis, summa/kvantitet, t ex 100-150 enheter/ kalenderår. Om den av domstolen tänkta försäljningssumman/kvantiteten är högre än återförsäljarens faktiska försäljning talar detta för att återförsäljarens försäljningsansträngningar inte varit tillräckliga. Om å andra sidan den faktiska försäljningen har överstigit den tänkta summan talar detta mot att återförsäljaren agerat culpöst.

Vid bedömningen av om återförsäljarens försäljning varit tillräcklig i ett avtal med ett försäljningsmål sker vanligtvis en liknande värdering. En samlad bedömning av återförsäljarens faktiska försäljningsmöjligheter med beaktande av hela kontraktssituationen avgör om försäljningsansträngningarna varit tillräckliga eller ej. Om domstolen fastslår att ett avtalat försäljningsmål varit orimligt högt satt är det alltså inte det avtalade försäljningsmålet som bildar utgångspunkten för culpabedömningen utan den av domstolen tänkta summan/kvantiteten, d v s likt den culpabedömning som sker vid en best efforts-klausul. Även här är det ovanligt att en tänkt försäljningssumma/kvantitet redovisas av domstolarna. I

---

<sup>121</sup> Detta innebär i och för sig inte att huvudmannen inte kan avsluta avtalet, men detta sker då på mer ofördelaktiga villkor, t ex längre uppsägningsfrist eller skadestånd.

stället fokuseras oftast på de åtgärder återförsäljaren vidtagit och kontraktssituationen som sådan, d v s den tänkta summan blir en integrerad del av culpabedömningen.

Med beaktande av nyssnämnda resonemang uppstår frågan vilken betydelse, om någon, ett avtalat försäljningsmål har. Om domstolens bedömning tar sin utgångspunkt i en summa/kvantitet som är en annan än den parterna avtalat minskar detta, åtminstone delvis, försäljningsmålets relevans. Det finns i huvudsak två skillnader i förhållande till bedömningar av best efforts-klausuler.

För det första bildar trots allt det avtalade försäljningsmålet utgångspunkt för culpabedömningen. Det är endast i de fall målet anses vara oskäligt högt som det finns möjlighet för domstolen att jämka detta. Troligtvis krävs det också mer än att domstolen, isolerat sett, betraktar försäljningsmålet som orimligt högt eftersom återförsäljaren trots allt valt att ingå avtalet. Av detta följer att det för att jämkning av försäljningsmål med all sannolikhet krävs att någon eller några relevanta faktorer inträffat efter tidpunkten för avtalets ingående, t. ex. illojalt beteende av huvudmannen eller omvärldsförändringar.

Den andra skillnaden består i vilka sanktioner huvudmannen kan göra gällande. Om ett avtal stipulerar att bristande uppfyllelse av ett försäljningsmål, vilket av en domstol anses vara alltför högt, skall medföra rättighet för huvudmannen att säga upp avtalet, samt kräva skadestånd för utebliven vinst beräknad på det avtalade försäljningsmålet, är sannolikheten att sanktionsmöjligheterna jämkas betydande. I ovanstående exempel är det troligt att rätten till skadestånd jämkas helt eller delvis. Det är dock en samlad bedömning av hela avtalssituationen som slutligen avgör vilken verkan den bristande försäljningen har. Om det framgår att återförsäljarens arbete varit otillfredsställande påverkar detta normalt bedömningen av huvudmannens rättighet att göra gällande avtalade sanktionsmöjligheter. Därför kan det inte påstås att väldigt omfattande sanktionsmöjligheter vid ett av domstolen ansett orimligt högt försäljningsmål aldrig kan tillerkännas verkan. I de fall återförsäljarens ansträngningar bedöms vara undermåliga blir de isolerat sett orimligt hårda sanktionsmöjligheterna ett sätt att åtminstone delvis kompensera huvudmannen för återförsäljarens avtalsbrott. En bedömning av hur allvarliga återförsäljarens avtalsbrott är avgör vilka av de avtalade sanktionsmöjligheterna som huvudmannen kan göra gällande.

Det skall poängteras att den samlade bedömning som domstolen gör av kontraktssituationen i det enskilda fallet är av avgörande betydelse för vilken nivå som anses vara skiljelinjen mellan återförsäljarens bristande respektive tillräckliga uppfyllelse av en best efforts-klausul eller ett försäljningsmål. Vad som beaktats av domstolarna i rättspraxis varierar men generellt sett verkar det finnas en acceptens att beakta hela avtalsförhållandet samt övriga relevanta omständigheter, d v s ramarna för vad parterna kan anföra som skäl för sina yrkanden verkar vara

relativt vida. Av lätt insedda skäl kan bedömningsunderlaget för denna fråga vara i princip hur stort som helst om en helt fri bevisprincip tillämpas.

## 7 Betydelsen av huvudmannens agerande

Som tidigare konstaterats behandlar ramavtalet och de individuella köpavtalen typiskt sett olika saker. Av detta följer att de individuella köpavtalen anses vara uttömmande för frågan vad som gäller vid t ex fel i godset, för sen leverans och liknande avtalsbrott.<sup>122</sup> Sanktionsmöjligheterna för nyssnämnda och liknande situationer varierar beroende på vilka villkor som gäller mellan parterna vid de individuella köpavtalen, men typiskt sett brukar det röra sig om olika sorters prisavdrag, omleverans samt vid allvarliga avtalsbrott hävning. De villkor som tillämpas vid de individuella köpavtalen har normalt ingen hänvisning till, eller anvisning om hur de i tillämpliga fall skall läsas tillsammans med ett eventuellt ramavtal. Slutsatsen av detta förhållande, vad avser försäljningsmål/garantiklausuler i ett ramavtal, skulle strikt tolkat kunna bli att försäljningsmål/garantiklausulen tillerkändes full giltighet i en situation då huvudmannen levererade felaktiga varor till återförsäljaren, enligt motiveringen att återförsäljaren, enligt de villkor som gällde vid de individuella köpavtalen, då hade rätt till t ex omleverans och/eller prisavdrag. Med andra ord skulle innehållet i de individuella köpavtalen vara uttömmande vad avser återförsäljarens bristande uppfyllelse av förpliktelser i de individuella köpavtalen.

Samma problem föreligger avseende ageranden och faktorer som inte behandlats överhuvudtaget, t ex vissa former av beteenden eller händelser som inverkar negativt på återförsäljarens försäljningsmöjligheter.

Generellt kan hävdas att huvudmannens bristande uppfyllelse av förpliktelser i de individuella köpavtalen medför svårigheter för återförsäljaren att bedriva sin affärsverksamhet. Skadestånd, omleverans och andra åtgärder med syfte att restituera återförsäljaren är i och för sig bättre än inga sanktionsmöjligheter alls, men de är endast i undantagsfall tillräckliga för att på lång sikt försätta denne i exakt samma situation som skulle ha varit om de ursprungliga avtalsförpliktelserna uppfyllts. Ett exempel på detta utgör återförsäljarens möjligheter att uppnå ett eventuellt avtalat försäljningsmål/garanti . En omleverans till följd av fel i de levererade varorna ligger av förklarliga skäl senare i tiden än den ursprungliga leveransen och innebär att återförsäljarens tidsrymd att uppnå ett försäljningsmål/garanti har krympt. Olika sorters fel i produkterna kan dessutom innebära att slutkunderna blir missnöjda vilket kan leda till lägre försäljning. Detta är endast exempel på och inte en uttömmande uppräknning av de negativa effekter som kan drabba återförsäljaren.

---

<sup>122</sup>Parterna kan i och för sig i ramavtalet hänvisa till vissa allmänna bestämmelser vilka skall tillämpas i de individuella köpavtalen.



Sammanfattningsvis kan dock konstateras att huvudmannens bristande uppfyllelse av förpliktelser i de individuella köpavtalen i de allra flesta fall påverkar återförsäljarens affärsverksamhet, inklusive möjligheten att uppfylla en eventuell försäljningsmål/garanti-förpliktelse. Frågan som uppstår av detta förhållande är om och i så fall på vilket sätt detta skall påverka återförsäljarens skyldighet att uppfylla förpliktelsen.

Konsekvensen av att försäljningsmål/garanti-klausuler tillerkänns giltighet i en situation som denna är framförallt att huvudmannen då skulle kunna säga upp återförsäljaravtalet med hänvisning till att försäljningsmålet/garantin inte uppnåtts samt kräva skadestånd, vilket troligen mer än väl skulle kompensera honom för den/de sanktioner han drabbades av p g a den sena eller felaktiga leveransen.

Grovt räknat kan tre alternativ anses föreligga. Det första är att de felaktiga eller försenade varorna skall "räknas in" i förpliktelsens uppfyllande även om återförsäljaren faktiskt inte lyckats sälja den erforderliga kvantiteten/summan i de fall förpliktelsen avser återförsäljarens försäljning till slutkunder. Motsvarande resonemang för denna lösning i de fall förpliktelsen avser återförsäljarens inköp från huvudmannen är att de inköp som inte har skett p g a återförsäljarens minskade försäljning till slutkunder orsakad av huvudmannens agerande ändå skall anses vara gjorda.<sup>123</sup>

Alternativt kan avtalsbrotten, förutom sanktionsmöjligheterna i de individuella köpavtalen, förta någon eller några av de sanktionsmöjligheter som ramavtalet ger huvudmannen vid återförsäljarens bristande uppfyllelse av försäljningsmålet/garantin.

Ett resonemang som uppvisar likheter med detta återfinns i YCA case no. 5946/90<sup>124</sup> Här konstaterades att huvudmannens agerande innebar att denne inte kunde göra gällande återförsäljarens, isolerat sett, låga försäljningssiffror. De senare skulle i stället ses i sitt sammanhang d v s i ljuset av huvudmannens agerande. Ingenting i rättsfallsreferatet tyder på att de av huvudmannen företagna åtgärderna direkt stred mot någon del av innehållet i ramavtalet eller i något individuellt köpavtal, d v s parterna hade troligen inte avtalat om vad som skulle ske i händelse av detta.<sup>125</sup> Agerandet beaktades likväl med tanke på den effekt

---

<sup>123</sup>T ex kan tänkas att huvudmannens försenade leveranser till återförsäljaren innebär att den senares försäljning till slutkunder minskar med 5 miljoner kronor under en viss tidsenhet. Detta i sin tur leder till att återförsäljarens inköp från huvudmannen under samma tidsenhet blir 4 miljoner kronor mindre än om huvudmannens leveranser inte varit försenade. Mitt resonemang innebär att en tänkt summa på 4 miljoner kronor skall medräknas vid bedömningen om återförsäljaren fullgjort sin inköpsförpliktelse. Om försäljningsgarantin avser återförsäljarens försäljning till slutkunder skall en tänkt summa på 5 miljoner kronor medräknas vid bedömningen.

<sup>124</sup>Se närmare om rättsfallet i kap 6.

<sup>125</sup>Närmare information om detta saknas i rättsfallsreferatet. Det kan därför inte uteslutas att parterna på något sätt reglerat vad som skulle ske i den situation som uppstod i fallet.

det hade på återförsäljarens försäljningsmöjligheter. Sannolikt skulle resultatet samt motiveringen för detta vara likartade om huvudmannens åtgärder hade stridit mot någon del av ramavtalet eller mot något individuellt köpavtal.

I ICC case no. 1250/64 konstaterades det utan närmare förklaring att huvudmannen inte kunde hävda att återförsäljaren brutit i sin förpliktelse att sälja tillräckligt mycket av huvudmannens produkter eftersom huvudmannen levererat produkterna för sent.<sup>126</sup>

Även i dom av *Eidsivating lagmannsrett den 24. 2. 1978*. ansågs huvudmannens agerande förtä dennes rätt att häva avtalet med en ensamåterförsäljare under åberopande av den senares dåliga försäljningsresultat. Huvudmannens egen försäljning och annonsering inom ensamåterförsäljarens område samt underlåtenhet att nämnvärt hjälpa ensamåterförsäljaren ansågs vara en inte obetydlig orsak till de låga försäljningssiffrorna.<sup>127</sup> Observera att de avtalsbrott som förelåg i fallet, både av huvudmannen och återförsäljaren, reglerades i samma avtal; ramavtalet. Viss försiktighet bör därför anbefallas när det gäller att applicera domen på fall där avtalsbrotten regleras i olika avtal; ramavtalet och ett individuellt köpavtal.

Det tredje alternativet är att försäljningsmål/garanti-klausulen helt eller delvis skall jämkas. Detta alternativ leder i sin tur till frågan vad som då skall ske med ramavtalets övriga innehåll. Med tanke på den betydelse denna typ av klausuler har framför allt i ensamåterförsäljaravtal kan en jämkning av den leda till egendomliga och, isolerat sett, oskäligen avtalsförhållanden. Detta gäller i synnerhet i situationer då försäljningsmål/garanti-klausulen på grund av huvudmannens agerande helt eller till en betydande del jämkas redan i början av den tidsperiod som gäller för försäljningsklausulen. I och för sig kan hävdas att eftersom det är huvudmannens eget agerande som är anledningen till avtalsinnehållets förändring så får denne ta konsekvensen av detta. Å andra sidan innebär detta att återförsäljaren i praktiken inte kan klandras för dennes försäljnings/inköps-volym oavsett hur obefintlig den än är och oberoende av vilka orsaker den har. Det förhållandet är utan tvekan starkt kontrasterande mot huvudmannens intressen och det troligaste är att huvudmannen hellre väljer att avsluta avtalsförhållandet än att upplåta ensamrätt till försäljning av sin produkt utan krav på motprestation.

---

<sup>126</sup> Parterna i målet var en västeuropeisk biltillverkare och en libanesisk återförsäljare. Huvudfrågan i målet verkar ha varit huruvida biltillverkaren sagt upp återförsäljaravtalet utan saklig grund och därmed ådragit sig skadeståndskyldighet. Det framgår inte av referatet om avtalet innehöll bestämmelser om volymen av återförsäljarens försäljning/inköp. Referatet av rättsfallet är en engelsk översättning av det franska originalavgörandet och verkar vara just ett referat och inte en översättning. Domskälerna är inte särskilt utförliga och det är möjligt att de olika delarna av avgörandet har motiverats mer ingående i originalet.

<sup>127</sup> Rättsfallet refereras i Nyström, sid 119.

## 8 Avslutande sammanfattning

De olika problem som kan uppstå vid beräkningen av försäljningen i ett återförsäljaravtal är flera och i praktiken är det mycket få avtal som inte lämnar utrymme för divergerande uppfattningar i denna fråga.

Innan en bedömning kan göras av huruvida en försäljningsklausul är uppfylld eller ej krävs att frågan om vilka priser som skall tillämpas vid bedömningen är avgjord. I de flesta fall tillämpas nettofakturametoden för att definiera beräkningsunderlaget även om metoden sällan anges annat än vid intilliggande uträkningar som t. ex. provisionsberäkning vid huvudmannens direktförsäljning till undantagna slutkunder inom återförsäljarens geografiska område. Vidare krävs att frågan till vilken tidsperiod en viss beställning eller försäljning skall hänföras. Här blir vanligtvis avtalsrättens regler om avtals tillkomst avgörande. I de fall försäljningsklausulen tar sikte på återförsäljarens försäljning till slutkunder bör parterna ange vilka priser som skall tillämpas vid beräkningen; huvudmannens försäljningspriser eller de priser återförsäljaren tillämpar vid försäljningen till slutkunderna.

Grovt räknat kan tre huvudkategorier av försäljningsklausuler urskiljas: best efforts-klausuler, försäljningsmål och försäljningsgarantier. Det är inte ovanligt att ett avtal innehåller mer än en försäljningsklausul, t ex en best efforts-klausul i kombination med ett försäljningsmål.

I rättspraxis har bedömningen av olika best efforts-klausuler uppvisat stora likheter och generellt ansetts innebära en skyldighet att göra sitt yttersta för att uppnå syftet med avtalet, dock utan att behöva riskera sin egen finansiella situation. En samlad bedömning av avtalsituationen i stort, parternas agerande och övriga relevanta omständigheter utgör grunden för bedömningen.

Bedömningen av best efforts-förpliktelser uppvisar likheter med bedömningen av försäljningen i återförsäljaravtal med försäljningsmål. Enligt rättspraxis och de vanligaste standardavtalen för återförsäljare krävs vanligtvis att återförsäljaren varit culpös för att kontraktsbrott skall anses föreligga då försäljningsmålet ej uppnåtts. Vid culpabedömningen sker vanligtvis en värdering liknande den som sker vid bedömningen av best efforts-förpliktelser.

Om försäljningen understiger en avtalad försäljningsgaranti är orsaken till detta normalt ovidkommande. Det krävs inte att återförsäljaren varit culpös för att kontraktsbrott skall anses föreligga. Liksom vid beräkningen av försäljningen vid försäljningsmål och best efforts-klausuler kan dock andra tolkningsproblem uppstå. Beräkningen av minimikvantitet i Paula Lee-fallet är ett exempel. NJA 1992 s 403 visar på betydelsen av att avtala om huvudmannens rätt till

skadestånd vid bristande försäljningsförpliktelse. Offentlig rättspraxis därutöver är obefintlig och skiljedomstolarnas sekretess hindrar utarbetandet av en praxis.

Huvudmannens agerande tillmäts betydelse vid beräkningen av samtliga försäljningsklausuler. I och för sig reglerar de individuella köpavtalen påföljder vid huvudmannens bristande uppfyllelse, men ofta får detta betydelse även för frågan om försäljningsmål/garanti även om det inte varit avtalat i förväg. Det samma gäller övrigt illojalt beteende av huvudmannen och agerande som försämrar återförsäljarens möjligheter till försäljning av produkten.

Många av de frågor som behandlats i denna uppsats saknar p g a skiljedomstolarnas sekretess ett officiellt korrekt svar. Av samma anledning är det inte ens möjligt att veta vilka frågor som har varit föremål för rättslig prövning. Sammanfattningsvis pekar dock uppsatsens innehåll på några av de mest sannolika tolkningsproblemen som kan uppstå vid beräkningen av försäljningen i återförsäljaravtal och redovisar riktlinjer för lösningen av dessa.

## 9 Källförteckning

### Lagförarbeten

Proposition 1990/91:63

### Litteratur

Adlercreutz, Axel: *Avtalsrätt II*, 5:e uppl. Lund, 2001.

Christou, Richard: *International Agency, Distribution and Licensing Agreements*, London, 1996.

Gorton, Lars: "*Best efforts*", artikel ur Minnesskrift till Knut Rodhe.

Gorton, Lars: *Contract of affreightment*, (opublicerat manus).

Gorton, Lars: *Rättsliga ramar för internationella affärer - en översikt*, Stockholm, 1993.

Graupner, Rudolf: *Sole distributorship agreements - a comparative view*. artikel publicerad i *The International and Comparative Law Quarterly*, Volume 18 - 1969.

Iversen, Bent: *Virksomhedens internationale kontrakter - international erhvervsret*, 4:e reviderade uppl. 1992.

Iversen, Bent: *Handelsagenten & eneforhandleren*, 3:e uppl. Århus, 1997.

Nyström, Jan-Åke: *Kontraktsbrott vid agenturavtal*, Stockholm, 1984.

Ramberg, Jan, under medverkan av Christina Hultmark: *Allmän avtalsrätt*, 4:e uppl. Stockholm, 1996.

Tiberg, Hugo och Dotevall, Rolf: *Mellanmansrätt*, 8:e uppl. Göteborg, 1994.

### Rättsfall

#### Skiljeavgöranden:

Award made in case no. 1250 in may 1964. Refererad i *Collection of ICC Arbitral Awards, Recueil des sentences arbitrales de la CCI, 1974-1985*. Författad av Sigvard Jarvin och Yves Derains, 1990. (ICC case no. 1250/64)

Final award in *case no. 7006 of 1992*. Refererad i *Collection of ICC Arbitral Awards, Recueil des sentences arbitrales de la CCI, 1991-1995*. Utgiven av Kluwer Law International, 1997 och författad av *Jean-Jacques Arnaldez, Yves Derains* och *Dominique Hascher*. (ICC case no. 7006/92)

*Case no. 5946/90*. Refererad i *Yearbook Commercial Arbitration, Volume XVI-1991*. General editor: *Albert Jan van den Berg*, Amsterdam, 1991. (YCA case no. 5946/90)

### **Nationella domstolsavgöranden:**

#### *Danmark:*

SHT 1931.229 (Källa för uppsatsen: Nyström, sid 116-117.)

UfR 1962.820 HD

UfR 1966.412 HD

UfR 1981.604 ÖLK.

UfR 1989. 309 DHR1 (responsa)

UfR 1989.316 SHD

#### *Frankrike:*

Dom av Cour d'Appel de Paris den 7:e juli 1965 (Juris Classeur Périodique (1966) II No. 14578). (Källa för uppsatsen: Graupner, sid 884.)

#### *Norge:*

Gulating lagmannsretts dom den 11.3.1967, ankesak nr 34/1965 (Källa för uppsatsen: Nyström, sid 110, 117-118.)

Eidsivating lagmannsretts dom den 24.2.1978, ankesak nr 240/1977 (Källa för uppsatsen: Nyström, sid 114, 119.)

#### *Storbritanien:*

*Abrahams v. Herbert Reiach Ltd*, [1922] 1 K.B. 477.

*Rose and Franck Co. v. J. R. Crompton and Brothers Ltd*. [1925] A. C. 445.

*Davis Ltd. v. Tooth & Co. Ltd*. [1937] 4 All E.R. 118.

*Terell v. Mabie Todd & Co*. [1952] 27 T.L.R. 574.

*James Shaffer Ltd. v. Findlay Durham & Brodie*, [1953] 1 W.L.R. 106.  
(Källa för uppsatsen: Nyström, sid 114-115)

*Paula Lee Ltd. v. Robert Zehil Ltd*, [1983] All E.R. 390.

*Ault and Wiborg Paints v. Sure Service*, Refererat i *The Times* 2 juli 1983.  
( Källa för uppsatsen: Gorton, "Best efforts", sid 112.)

Sverige:  
NJA 1992 s 403

USA:  
*Flexitized, Inc. v. National Flexitized Corporation*, 335 F.2d 774 (2d Cir. 1964).

*Van Valkenburgh v. Hayden Publishing Co.* 30 N.Y.2d 34, 330 N.Y.S.2d 329, 281 N.E.2d 142 (1972).

*Bloor v. Falstaff Brewing Corp.* 601 F.2d 609 (2d. Cir. 1979).

*Griffin & Evans Cosmetics v. Madeleine Mono*, 424 N.Y.S. 2d 269 (2d Dep't 1980).

Standardavtal:

*The ICC Model Distributorship Contract (Sole Importer-Distributor) ICC Publication No. 518.*

*ORGALIME Model form of exclusive agreement with distributors abroad.*

*ORGALIME Model form of agency contract - International Agency on an exclusive basis.*

*Ensamåterförsäljaravtal EÅ 93 med kommentarer.* (Med kommentarer av Jan Ramberg). EÅ 93 har utarbetats i samarbete mellan Grossistförbundet Svensk Handel, Sveriges Handelsagenters Förbund och Sveriges Industriförbund.

Telefonintervjuer

Telefonintervjuer den 9:e november och den 18:e december 2001 med Lars-Olof Eklöf, chefsjurist Svensk Handel

Telefonintervju den 9:e november 2001 med Torbjörn Spector, jurist Svenskt Näringsliv.

Telefonintervju den 9:e november 2001 med Henrik Ulander, biträdande generalsekreterare ICC:s Stockholmkontor.