



## Die atypischen Verträge im ungarischen Privatrecht

Tekla Papp, Ph.D., Dr. habil.

Universitätsdozentin, Universität der Wissenschaften, Szeged

Staats- und Rechtswissenschaftliche Facultät

E-Mail: tpapp66@gmail.com

**Zusammenfassung.** Im vorliegenden Beitrag werden die atypischen Verträge im ungarischen Privatrecht untersucht. Zuerst sollen die generellen Charakteristika und der Weg der Entstehung der sog. atypischen Verträge analysiert werden, bzw. eine der Zuordnung der atypischen Verträge erfolgen. Hiernach wird das Verhältnis von Gesetzgebung und Rechtsprechung zu den atypischen Verträgen untersucht. Es sollen im Weiteren neue Tendenzen auf dem Gebiet der atypischen Verträge aufgezeigt werden: Hierbei werden in erster Linie der Behandlungsvertrag und der Merchandising-Vertrag berücksichtigt. Zum Schluß wenden wir uns der Problematik der scheinbar atypischen Verträge zu.

**Schlüsselbegriffe:** atypische Verträge, Typenzwang des Vertragssystems, Behandlungsvertrag, Merchandising-Vertrag.

**Abstract.** The classification of contracts has an important role: this is the instrument of the determination of the applicable law. The contracts of Hungarian private law may be divided into two groups: specified and non-specified agreements, among specified contracts typical and atypical contracts, among non-specified contracts mixed and de facto innominated agreements may be distinguished. *The regulatory bounds of Hungarian Civil Code were broadened by the development and phenomena of the market economy*, which also led to the development of different legal 'formations' relying on the contractual freedom declared by the great codices of natural law of the ninetieth century: the professional, businesslike management (the regular producing, service providing, commercial activity in order to get profit), the establishment and application of newer and newer contracts became possible because of the so many financial connections and connections among goods, the enormous investments, the cross-border relations of legal transactions, and new contractual techniques appeared which exceeded the traditionally institutionalized basic types of contracts: these are too detailed, self-regulating agreements tending to unification, standardization. The need of the establishment of the group of atypical - different from those contracts expressly mentioned by name in the Hungarian Civil Code - contracts arose because of the economic changes and changes in the legal practice in Hungary at the end of the 20th century.

## I. Umschreibung der atypischen Verträge<sup>1</sup>

*Die Entwicklung der Marktwirtschaft und ihre Erscheinungen* – welche rechtliche „Gebilde“ zur Folge hatten, die sich auf die durch die großen naturrechtlichen Kodizes des 19. Jahrhunderts deklarierte Vertragsfreiheit zurückführen lassen – sprengen den Regelungsrahmen des Zivilgesetzbuches:

– die geschäftsmäßige Wirtschaftstätigkeit (die regelmäßige Produktions-, Dienstleistungs-, Handelstätigkeit zum Zwecke der Erzielung von Gewinn), die massenhaften Vermögens- und Warenverbindungen, die umfangreichen Investitionen, die nationale Grenzen überschreitenden Rechtsgeschäfts-Verhältnisse ermöglichten die Einbürgerung und Verwendung immer neuer Verträge, und

– es traten neue Vertragstechniken auf, die die traditionell institutionalisierten vertraglichen Grundtypen übertrafen: auf Vereinheitlichung, Standardisierung gerichtete bzw. zu stark ins Detail gehende, selbstregulierende Vereinbarungen.

Die am Ende des 20. Jahrhunderts in Ungarn auftretenden Änderungen in der Wirtschaft und in der Rechtspraxis erweckten die Gruppe der atypischen – von den im Zivilgesetzbuch benannten Kontrakten abweichenden – Verträge zum Leben.

Für diese vertraglichen Rechtsverhältnisse ist charakteristisch, daß

a) die atypischen Vereinbarungen im allgemeinen keine ungarische Bezeichnung haben, sondern unter *einem Namen fremden Ursprungs* (z. B. Leasingvertrag, Franchise-Vertrag, Konzessionsvertrag, Syndikatsvertrag, Lizenzvertrag), oder komplizierten, das Wesentliche des Rechtsverhältnisses nicht sehr präzise ausdrückenden Bezeichnungen (z. B. Konsortiumsvertrag, als Vertrag, der sich auf die Beteiligung an einer Verbrauchergruppe richtet; Timesharing-Vertrag, als Vertrag, der sich auf die Erlangung des zeitlich geteilten Nutzungsrechtes an Immobilien richtet) geregelt wurden;

b) der Teil „Einzelverträge“ des *Ungarischen Zivilgesetzbuches* (Vierter Teil, III. Abschnitt) *nicht über die atypischen Verträge*. Diese lassen sich keinem der bezeichneten Vertragstypen zuordnen. Es ist anzumerken, daß dieses Kennzeichen relativ ist: die Modifizierung, Neukodifizierung des ZGB können in dieser Hinsicht eine neue Situation schaffen;

c) bei der Herausbildung und Entwicklung der Regeln der atypischen Verträge den *ausländischen praktischen und rechtsschöpferischen Mustern* sowie den einheimischen Gewohnheiten eine *wichtige Rolle* zukam. Innerhalb eines Jahrzehnts oder auch einiger Jahre klärten sich die so entwickelten rechtlichen Konstruktionen und erlangten rechtliche Regelung;

d) mit Ausnahme des Syndikats- und des Franchisevertrages die atypischen Verträge auf *gesetzlicher* (z. B. Konzessionsvertrag, selbständiger Handelsvertretervertrag) oder *Regierungsverordnungsbasis* (z. B. Handel außer Geschäften, Verträge unter Abwesenden) *oder aber durch implementierte internationale Vereinbarungen* (z. B. bei Factoring und Leasing) kodifiziert wurden;

<sup>1</sup> Papp 2009. 9 f.

e) sich im Zusammenhang mit diesen Vereinbarungen *in der europäischen Rechtsentwicklung Bestrebungen zur Rechtsvereinheitlichung* beobachten lassen (z. B. Richtlinie 85/577 EU über Handel außer Geschäft, Richtlinie 94/47/EU über das Timesharing, 97/7/EU über Verträge unter Abwesenden), die sich durch die Rechtsharmonisierung der Europäischen Union auch in der Ungarischen Regelung widerspiegeln;

f) auf der Grundlage von § 200 Absatz (1) ZGB (der Vertragsinhalt von den Parteien frei festgelegt werden kann. Von den Bestimmungen über die Verträge kann im gegenseitigen Einvernehmen abgewichen werden, sofern die Abweichung nicht durch eine Rechtsvorschrift verboten wird.), im Sinne der *Typenfreiheit* diese Vereinbarungen – unter Einhaltung des Verbots eines Verstoßes gegen die Rechtsvorschriften – mit beliebigem Inhalt getroffen werden können. Auch für sie sind die allgemeinen Vorschriften über die Verträge (ZGB; Teil vier; Abschnitt I.) maßgeblich;

g) zwar für einen Teil der atypischen Verträge (Syndikatsvertrag, Franchise-Vertrag, Operating Leasing-Vertrag) keine Formvorschrift besteht, während ein anderer Teil (selbständiger Handelsvertretervertrag, Konsortsvertrag, Timesharing-Vertrag, Konzessionsvertrag, Factoringvertrag, Finanzierungs-Leasingvertrag) den Rechtsvorschriften entsprechend in Schriftform zu fassen ist. Die Praxis bricht konsequent eine Lanze für die Schriftform: nicht unbedingt als Gültigkeitsbeleg, sondern eher wegen der Rolle der Sicherheit und Beweisbarkeit;

h) das Bestreben um ausführliche und genaue schriftliche Formulierungen die Anwendung der *Allgemeinen Vertragsbedingungen* und die Benutzung von *Blankoverträgen* mit sich brachte;

i) *an dem einen Pol* der atypischen Verträge – als Vertragspartner – im allgemeinen eine *Wirtschaftsorganisation* (ZGB § 685, Punkt c), oder eine Unternehmung entsprechend dem Verbraucherschutzgesetz (Gesetz CLV/1997, § 2, Punkt b) erscheint, aber mit dem immer ausgedehnter und komplexer Werden des Geschäftslebens können auch beide Subjekte des Vertragsverhältnisses Wirtschaftsorganisationen oder Unternehmungen sein (z. B. bei Verträgen unter Abwesenden, bei Factoringverträgen, beim Franchise-Vertrag);

j) die atypischen Vereinbarungen *längerfristige Marktverbindungen regeln*, demgemäß richten sie sich im allgemeinen auf ein dauerhaftes Rechtsverhältnis (außer: Verträge unter Abwesenden, Handel außer Geschäft).

## II. Die Zuordnung der atypischen Verträge<sup>2</sup>

Zur Qualifizierung eines Teils der modernen Verträge wurde die Kategorie „gemischter Vertrag“ (*contractus mixtus*) erarbeitet. Zu dieser Klasse gehören jene Vereinbarungen, die Leistungen mehrerer benannter Verträge in verschiedener Form enthalten:

<sup>2</sup> Papp 2009. 11–14.

a) Es handelt sich entweder um einen *typenvereinenden* Vertrag (z. B. Kauf und Verkauf gemischt mit Schenkung), wo sich Elemente anderer Verträge vermischen, das heißt, daß nicht festgestellt und nicht getrennt werden kann, welche Verfügung welchem Vertrag zugeordnet werden kann;

b) Oder wir sprechen von einem *Typenkombinations*-Vertrag (z. B. Theatervertrag), wo Kennzeichen anderer Verträge sich nicht vermischen, sondern in einem neuen Vertrag trennbar und identifizierbar gemischt sind; siehe die Entscheidung LB Gfv. IX. 30.018/2005, in der das Oberste Gericht die im Falle des Bruches eines Vertrags des gemischten Typs – der Werks-, Auftrags- und Leasingelemente enthält – anwendbaren Rechtsfolgen nach Vertragstypen getrennt festgestellt hat; ebenfalls als typenkombinierter gemischter Vertrag gilt eine Vereinbarung zur Nutzung eines Computerprogrammes (Software), die sowohl Werks-, Miet-, Pacht- und Leasing-Vertrags-elemente enthält und der Gegenstand eines Rechtsstreites darüber entscheidet, die Vorschriften welchen Vertrages bei der Beurteilung maßgeblich sind (z. B. im Zusammenhang mit der Software-nutzung sind die Regelungen der Miete anzuwenden) (Tafelgericht der Hauptstadt 5. Pf. 21 373/2006/3);

c) Oder der Vertrag ist auf eine *vollkommen eigenartige Dienstleistung* gerichtet (z. B. eine Vereinbarung zur Erfüllung von „Hausmeistertätigkeiten“; auf bestimmte Zeit geschlossener, gemischter Untermietsvertrag mit einem Auftragsvertrag zur Aushängung von Plakaten – OG LB Pfv. XI. 20.314/2006; ein zur Einführung, Nutzung und Betreibung eines Parksystems geschlossener Vertrag, der auch Anwender- und Pachteleme-n-te beinhaltet, eine gemischte Vereinbarung, die ein dem Franchise-Vertrag ähnliches komplexes Rechtsverhältnis abdeckt – SZIT-H-GJ-2008-89), aber in anderen Charakteristika keine Besonderheiten bietet, nicht von den Verträgen im ZGB abweicht.

Die atypischen Verträge lassen sich wegen der unter Punkt 1 aufgezeigten Charakteristika – nicht bedenkenlos – *in eine der Unterarten der gemischten Verträge einordnen*. Die atypischen Verträge bilden eine eigenständige, sui generis Vereinbarungen-Gruppe, da sie alle Typen der gemischten Verträge, oder auch keinen einverleiben; die gemischten Verträge und die atypischen Verträge sind also keine identischen Kategorien: die atypische Gruppe ist (die Verschmelzung *mehrerer* gemischter Typenarten) und anders (zur gleichen Zeit nicht in diese Arten einzureihen).

*Die Innominat-Verträge gehören nicht zu den atypischen Verträgen.*<sup>3</sup> Diese Verträge treten im allgemeinen unter dem Titel „Vereinbarung“ auf, regeln kein anhaltendes Rechtsverhältnis, sondern decken einmalige (nicht regelmäßig vorkommende) spezielle Rechtsgeschäfte ab. Von den atypischen Verträgen abweichend haben diese keine Bezeichnung, sind nicht so verbreitet, sondern individuelle, Ausnahme-Verträge ohne normative Regelung. Durch Anwendung der gemeinsamen Regeln, die sich auf ZGB-Verträge beziehen, können die aus Innominat-Verträ-

3 Zum historischen Hintergrund der sog. *contractus innominati* Nótári 2011. 313 ff.

gen herrührenden Rechte und Verpflichtungen geregelt werden; siehe als Beispiel OG LB Pfv. I/A. Nr. 20.446/2001 (im Zusammenhang mit einer Vereinbarung die dem Servitut nahesteht, aber nicht als Nutzpacht eingeordnet werden kann).

Auch die im Teil „Einzelne Verträge“ des ZGB geregelten, sog. benannten Verträge sind auch nicht atypisch, da ja gerade diese typischen Verträge sind, zu denen wir die im Alltag geschaffenen neuen Vereinbarungen ins Verhältnis setzen.

Aufgrund der Ausführungen in den ersten beiden Punkten ordnen wir die nachfolgenden Verträge den atypischen zu: Syndikatsvertrag, Vertrag unter Abwesenden, Handel außer Geschäft, selbständiger Handelsvertretervertrag, Timesharing-Vertrag, Konsortiumsvertrag, Konzessionsvertrag, Lizenzvertrag, Franchise-Vertrag, Leasing-Vertrag und Factoring-Vertrag.

### III. Das Verhältnis von Gesetzgebung und Rechtsprechung zu den atypischen Verträgen<sup>4</sup>

Das Erscheinen der atypischen Verträge hatte die Entfernung von den dogmatischen Traditionen, und – anfangs – eine unsichere Rechtsanwendung zur Folge.

Bezüglich der Regelung der atypischen Verträge haben sich mehrere Ansichten herauskristallisiert:

a) Die *Absorptionstheorie*: die mit dem einzelnen atypischen Vertrag die meiste Ähnlichkeit (hauptsächlich die Übereinstimmung der wesentlichen Leistungen) aufweisenden, sich auf die benannten Verträge im ZGB beziehenden Vorschriften dafür geeignet zu machen, den gegebenen atypischen Vertrag aufzunehmen, „zu schlucken“;

b) Die *Kombinationstheorie*: Zusammenstellung einer Art „Liste“ (Koordination der Vertragssachverhalte und Rechtsfolgen) in der Hinsicht, daß die verschiedenen Aspekte des einzelnen atypischen Vertrages entsprechend den Verordnungen der im ZGB benannten Verträge zu beurteilen sind;

c) Die *Analogie-Theorie*: Anwendung der allgemeinen Regeln zu Verträgen des ZGB auf atypische Verträge;

d) Die *Kreationstheorie*: wegen der Kompliziertheit der Einpassbarkeit der atypischen Verträge in das ZGB ist dieses Rechtsgebiet durch Schaffung gesonderter Rechtsvorschriften dem Zweck des Vertrages und den Interessen der Parteien bestmöglichst entsprechend zu kodifizieren. (Die Rechtsschöpfung verfolgt im Zusammenhang mit den atypischen Verträgen derzeit diese letztere Theorie.)

Die *richterliche Praxis* betrachtet die atypischen Verträge im allgemeinen ergebnisorientiert: sie konzentriert sich nicht auf die Qualifizierung, sondern auf die Beurteilung des Rechtsgeschäfts. Deshalb wird von den Bedingungen des Vorganges ausgegangen und untersucht,

<sup>4</sup> Papp 2009. 14–16.

– worauf der vermeintliche Wille der Parteien gerichtet war;  
– was das gewünschte geschäftliche, wirtschaftliche Ziel ist;  
– welches die Eigenheiten der ausbedungenen Leistung sind;  
– und was die vertragschließenden Parteien bei der Regelung ihres Rechtsverhältnisses noch für wesentlich befanden, welche die hinsichtlich der Vertragsschließung bestimmenden Umstände sind. Der Vertragstyp wird nicht durch die von den Parteien gegebene Bezeichnung, nicht durch den Sprachgebrauch der Parteien, sondern durch die Begriffselemente, aufgrund des Inhalts der Vereinbarung festgelegt. Die Offenheit und Flexibilität der richterlichen Anschauungsweise wird auch durch eine veröffentlichte Einzelentscheidung des Obersten Gerichts unterstrichen: der Rechtstitel der Erlangung des Eigentumsrechts läßt sich auch aus einem atypischen Vertrag feststellen, da im Sinne der Vertragsfreiheit die Vereinbarung der vertragschließenden Parteien auch dann gültig ist, wenn das ZGB den Vertragstyp im Kreise der benannten Verträge nicht enthält (EBH 2009. 1843, OG LB Kfv. IV. 37.074/2007).

## IV. Neue Tendenzen auf dem Gebiet der atypischen Verträge

Der Kreis der atypischen Verträge ist in mehrfacher Hinsicht unabgeschlossen: einerseits besteht die Möglichkeit, daß die atypischen Vereinbarungen durch die – mögliche – Eingliederung in die benannten Verträge auf Kodex-Niveau gezogen werden, andererseits erfordern die sich ständig ändernden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umstände die Regelung der neuen Rechtsverhältnisse durch Verträge. Sofern die wesentlichen Züge, der die neuen Erscheinungen abdeckenden Vereinbarungen den Gruppenkriterien der atypischen Verträge entsprechen, lassen sie sich – nach einer längeren Periode der „Herauskristallisierung“ – in diese Vertragskategorie einreihen. Nachstehend stellen wir zwei Verträge kurz vor, die nach unserer Meinung nach einem einige Jahre dauernden Festigungs- und Verwurzelungsprozeß einmal zu den atypischen Verträgen gehören werden.

### IV. 1. Der Behandlungsvertrag<sup>5</sup>

Die *Bezeichnung* des Vertrages stammt vom angelsächsischen *treatment contract* und dem im deutschen Sprachraum üblichen Behandlungsvertrag. In der von der Forschungsgruppe Europäisches Bürgerliches Gesetzbuch (*Study Group of European Civil Code*) erarbeiteten Vorlage (*Principles of Law; PEL*) wird der Behandlungsvertrag unter die Dienstleistungsverträge (*Service Contracts*) eingeordnet.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Papp 2009. 18–21; Jobbágyi 2007, passim.

<sup>6</sup> Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law, Draft Common Frame of

Dem Begriff zufolge ist der Behandlungsvertrag eine Vereinbarung, auf deren Grundlage der medizinische Dienstleister unter Einhaltung der fachlichen Gewohnheiten und Praxis (Protokoll), der ethischen Regeln sowie der Richtlinien mit der von Teilnehmern an der medizinischen Versorgung allgemein zu erwartenden Fürsorge dem die medizinische Versorgung in Anspruch Nehmenden/der natürlichen Person, der diese zugute kommt, eine medizinische Dienstleistung reicht. *Ziel* des Behandlungsvertrages ist die medizinische Dienstleistung entsprechend den Interessen und dem Willen des Patienten/Inanspruchnehmers (Tafelgericht Szeged Pf. III. 20 308/2007). Die *Subjekte* des Behandlungsvertrages sind einerseits der medizinische Dienstleister (eine Privatperson, juristische Person oder Organisation ohne juristische Person, die über eine, zur medizinischen Dienstleistung berechtigte, von der Medizinischen Behörde ausgestellte Genehmigung verfügt; Gesetz über das Gesundheitswesen CLIV/1997. § 3, Punkt f), andererseits der Inanspruchnehmer der medizinischen Dienstleistung (die im alltäglichen Sinne benutzte Bezeichnung „Kranker“ ist nicht genau: eine zur obligatorischen Reihenuntersuchung gehende/eine Schutzimpfung erhaltende/gebärende natürliche Person kann nicht im engsten Sinne des Wortes als Kranker betrachtet werden). Der *direkte Gegenstand* des Behandlungsvertrages ist eine medizinische Dienstleistung, der *indirekte Gegenstand* die medizinische Dienstleistung.

Nach der Untersuchung des Inhalts des Behandlungsvertrages lassen sich bezüglich der Rechte und Verpflichtungen des medizinischen Personals (hauptsächlich des Arztes) und der Kranken folgende allgemeine Feststellungen machen:

– diese stehen miteinander in Korrelation (was seitens des Arztes eine Verpflichtung und seitens des Kranken ein Recht darstellt; zum Beispiel die Verpflichtung zur Information – das Recht auf Information);

– die einzelnen Rechte werden einander ergänzend verwirklicht (zum Beispiel das Recht zur Inanspruchnahme der medizinischen Versorgung – das Einwilligungsrecht);

– eine Verpflichtung ist die Voraussetzung der Ausübung bestimmter Rechte (zum Beispiel die Dokumentationspflicht, die Datenschutzpflicht – die personenbestimmten Rechte). Auf der Grundlage des Behandlungsvertrages steht dem Kranken *das Recht zur medizinischen Versorgung* zu – welches ein Verfassungsgrundrecht ist – in dessen Sinne jeder Kranke das Recht auf eine durch seinen medizinischen Zustand begründete, kontinuierliche, entsprechende, von Diskriminierung freie Versorgung, auf Linderung seiner Schmerzen, Verringerung seiner Leiden (Gesetz über das Gesundheitswesen § 6, § 7, Absatz (1) hat. Als Unterrechte zum Recht auf medizinische Versorgung treten das *Recht des Kranken auf freie Wahl des Arztes* und das *Recht auf Inanspruchnahme der Untersuchung durch einen anderen Arzt* auf. Das Recht des Kranken auf medizinische Versorgung wird auf der Seite des Arztes als *Versorgungspflicht* realisiert, und

nur in im Gesetz über das Gesundheitswesen festgelegten Fällen kommt dem Arzt *das Recht zur Verweigerung der Untersuchung bzw. der Behandlung* zu; sofern der medizinische Dienstleister seine Versorgungspflicht nicht den Rechtsvorschriften entsprechend erfüllt, trägt er die Verantwortung für die daraus resultierenden Folgen (Entscheid EBH 1419/2006). Der Kranke entscheidet aufgrund des ihm zustehenden Selbstbestimmungsrechts, ob er von seinem Recht auf medizinische Versorgung Gebrauch macht: nimmt er die medizinische Dienstleistung (ganz/teilweise) in Anspruch oder lehnt er sie ab. Zur entsprechenden Ausübung des Selbstbestimmungsrechts ist es unabdinglich, daß *der Arzt sein mit der Auswahl der Untersuchungs- und Therapiemethoden zusammenhängendes Recht* zur Geltung bringt: Aufgrund seiner Fachkenntnis macht er dem Kranken einen Vorschlag zur Untersuchung/Behandlung, der seine Meinung dazu kund tut. Das Selbstbestimmungsrecht hängt auch eng mit dem *Recht* des Kranken *auf Information* zusammen: der Arzt ist verpflichtet den Kranken – unter anderen – über seinen Gesundheitszustand, die empfohlenen Untersuchungen und Eingriffe, deren Vorteile, die Folgen des Ausbleibens, die Risiken, den Verlauf der Versorgung und den zu erwartenden Ausgang, die möglichen alternativen Verfahren zu unterrichten. Die *Auskunftspflicht* belastet den Arzt nicht, wenn der Kranke auf sein Recht zur Information verzichtet, oder er mit Rücksicht auf den Gesundheitszustand des Kranken das Zurückhalten bestimmter Informationen beschließt (Gesetz über das Gesundheitswesen §1 35. Absatz (1)). Ein Unterrecht des Rechts auf Information ist die Berechtigung des Kranken die über ihn geführte *medizinische Dokumentation kennenzulernen; Einsichtnahme* in die Dokumentation und Anforderung der damit zusammenhängenden Information kann nur durch die Erfüllung der *Dokumentationspflicht* des medizinischen Dienstleisters zur Geltung gebracht werden. Die Dokumentationspflicht geht mit der *Geheimhaltungspflicht* des Arztes (der Kranke kann eine Befreiung davon geben, oder eine Rechtsvorschrift kann eine Datenlieferungspflicht vorschreiben) und dem *Datenschutz* (aufgrund des Datenschutzgesetzes gelten Daten im Zusammenhang mit dem Gesundheitszustand als besondere und verstärkt geschützte Daten; Gesetz LXIII/1992. § 2. Punkt 2. b) einher. Für die vom medizinischen Dienstleister gereichte Versorgung trifft den Kranken eine Gegenleistungspflicht (im Falle einer Privatpraxis/Privatklinik direkt, bei staatlichen Institutionen indirekt aus den Einzahlungen der Arbeitgeber und Arbeitnehmer).

Der Behandlungsvertrag ist *eine konsensuale, entgeltliche zwei- (oder z. B. bei einer Organverpflanzung mehr-)seitige Vereinbarung mit facere-Charakter, die mündlich/schriftlich/durch konkludentes Verhalten abgeschlossen werden kann*. Bei der Prüfung der Position des Behandlungsvertrages unter den Verträgen kommen von den im ZGB benannten Verträgen der Auftrags- und der Werkvertrag in Frage:

– die für den Auftragsvertrag charakteristische Pflicht des Beauftragten zum persönlichen Vorgehen und das Vertrauensverhältnis zwischen Auftraggeber und

Beauftragtem einerseits, die begrenzte Möglichkeit der Wahl der Institution andererseits werden beim Versorgungsvertrag durch die Umwandlung der medizinischen Versorgung in eine Dienstleistung nicht unbedingt erfüllt: der Kranke kann sein Selbstbestimmungsrecht (und nicht Anweisungsrecht) nur dann in der Sache geltend machen, wenn der über Fachverstand verfügende Beauftragte (Arzt) seiner Auskunftspflicht genüge tut;

– der Ergebnispflichtcharakter des Werkvertrags kann nicht bei jedem Behandlungsvertrag auftreten (bei Zahnersatz ja, Zentrales Bezirksgericht Pest PKKB 31. P. 89.625/1994.; Hauptstädtisches Gericht / Főv. Bír. 41. Pf. 21.853/1997; des Weiteren bei Verschönungseingriffen, bei Schwangerschafts-unterbrechungen und Sterilisierungsverfahren, jedoch bei Herzverpflanzungen, Schädeloperationen dominiert bereits der Fürsorge-Charakter). Der Behandlungsvertrag läßt sich in keine Unterart der gemischten Verträge einordnen:

– er kann nicht als Typenkombinationsvertrag eingestuft werden, da sich schwer bestimmen läßt, welche Vertragstypen darin vermischt werden (bei einer Krankenhausbehandlung treten neben den Auftrags- und Werkvertragsselementen auch Elemente von Miet-, Hinterlegungs-, öffentlichen Versorgungsverträgen usw. auf);

– er ist nicht typenvereinend, weil keine Vermischung der Vertragselemente beobachtet werden kann: je nach der Art der medizinischen Versorgung ändern sich die Charakteristika, die bei dem Versorgungsvertrag bestimmend werden;

– der Behandlungsvertrag richtet sich immer auf eigentümliche Dienstleistungen, die sich je nach medizinischer Versorgung ändern (siehe: Unterschied zwischen Operation – Lungenröntgen) und lassen sich so nicht auf eine spezielle Dienstleistung beschränken. Unserer Meinung nach ist der *Behandlungsvertrag ein im ZGB nicht benannter, eigenständiger, sui generis, atypischer zivilrechtlicher Vertrag*, der über sämtliche der in Punkt 1 der vorliegenden Arbeit ausgedrückten Gruppenkennzeichen verfügt (siehe noch: Komitatsgericht Csongrád / Csongrád Megyei Bíróság/ 2. Pf. 22 340/2007; BDT 2008. 36).

## IV.2. Der Merchandising-Vertrag<sup>7</sup>

Das Wort „merchandising“ (in Deutschland ist der Begriff „Vermarktung“ gebräuchlich) bedeutet Handel/Vertrieb/Promotion des Verkaufs von Waren. Das Merchandising ist gleichermaßen eine Rechtsinstitution und eine wirtschaftliche Erscheinung: ein Mittel der Werbung und des Marketing. *Im ökonomischen Sinne* bedeutet Merchandising die Gestaltung des Geschäfts, die Einrichtung der Lokalität, die Warenvorführung, die Dekoration, die Auswahl, die Personalpolitik, die Verpackung, die Werbung und den Kaufanreiz so zu synchronisieren, daß es den Ansprüchen und Erwartungen der betreffenden Kundenzielgruppe

7 Papp 2009. 21–23; Vida 1995. 10–17; Strihó 2008, passim; Csécsy 2008, passim; Bakos–Nótári 2011. 71 ff.

entspricht. Aus *rechtlicher Sicht* wird Merchandising als Übernahme des Erscheinungsbildes/Übergabe des Imago/Imagettransfer/Übertragung des Erscheinungsbildes qualifiziert; im weiteren wird von uns letzterer Begriff verwendet. Das Wesen des Merchandising ist die sekundäre Verwendung; es bedeutet die Nutzung eines bereits zu Bekanntheit und Akzeptanz gelangten Erscheinungsbildes auf einem anderen Gebiet.

Für den Begriff des Merchandising-Vertrages finden wir drei Bestimmungen: die enggefaßte Kategorie der Sachverständigenkörperschaft für Urheberrecht, die Definition des Vertrages über die Übertragung des Erscheinungsbildes des Sportgesetzes und die Auslegung der Internationalen Vereinigung für Industrierechtschutz (AIPPI). Der Sachverständigenkörperschaft *zufolge* (Expertise Nr. 13/2003) ist das Wesen des Vertragsverhältnisses die Verwendung der charakteristischen Form und weiterer Elemente der urheberrechtlichen Werke zur Steigerung des Absatzes anderer Werke, Waren und Dienstleistungen. Auf der Grundlage des Vertrages über die Übertragung des Erscheinungsbildes im Sportgesetz benutzt der Verwender gegen Entgelt zur Beeinflussung der Verbraucher im Rahmen der Marketingtätigkeit den Namen, das Bildnis des Sportlers, beziehungsweise den Namen, das Abzeichen der Sportorganisation, des Sportverbandes, der Sportgemeinschaft, bzw. andere mit der Sporttätigkeit zusammenhängende ideelle Werte auf Werbetafeln, Schmuck- und Geschenkgegenständen, Bekleidung, anderen Gegenständen sowie auf elektronischem Wege (Gesetz I/2004. § 35). Auf der Grundlage des Standpunktes der Internationalen Vereinigung für Industrierechtschutz hat der Kontrakt den Charakter eines Verwendungsvertrages, in dessen Rahmen Symbole, Schutzmarken, Teile urheberrechtlicher Schöpfungen, die äußere Erscheinung wahrhafter oder imaginärer Personen verwendet werden, um den Verkauf der Waren, die Dienstleistung zu fördern (vorausgesetzt, daß die fraglichen Zeichen nicht ihrer ursprünglichen Funktion entsprechend, sondern zum Verkauf von Waren und Dienstleistungen durch die allgemeine Bekanntheit und Anziehungskraft der fraglichen Figuren verwendet werden).

Wir stimmen mit der am weitesten gefaßten der drei begrifflichen Annäherungen überein, weil diese auch die beiden anderen engeren Bestimmungen einbegreift: auch der von der Internationalen Vereinigung für Industrierechtschutz geschaffene Begriff beschäftigt sich mit den Teilen der Urheberwerke und imaginären Personen, im Weiteren gehört der Sportler zur Kategorie natürliche Person, und Name/Abzeichen von Sportorganisation/Sportverband/Sportkörperschaft entsprechen im weiteren Sinne dem Begriff Symbol/Schutzmarke.

Zweck des Abschlusses des Merchandising-Vertrages ist die Käufer auf dem Markt durch die Benutzung des Namens, des Bildnisses berühmter Personen, imaginärer Figuren/Zeichentrickfiguren/Roman-, Märchenfiguren/Schutzmarken usw. zu beeinflussen: sie zum Kauf zu bewegen. Die Verkaufsförderung, die Steigerung des Warenabsatzes basiert auf der positiven Beurteilung der benutzten

Personen/Zeichen, und dadurch wird das Merchandising zur effektiven Methode der Produkt-/Dienstleistungs-/Werbung (die Kosten der Markteinführung können durch Imageübernahme verringert werden). Der Umsatz der Unternehmen, die das Merchandising anwenden, steigt, sie erzielen Mehreinnahmen und werden zu Vorreitern des Konkurrenzkampfes, indem sie die rechtliche Konstruktion immer weiter ausnutzen. Die von dem Merchandising – als Marketingmittel – am häufigsten betroffenen Bereiche sind: Bekleidungs- und sich anschließende Modeartikel (z. B. Gucci-Tasche, Benetton-T-Shirt), Presseerzeugnisse und Schreibwaren (z. B. Ansichtskarte mit Hello Kitty), Unterhaltung (z. B. Werbung für ein Konzert mit Hilfe einer bekannten TV-Persönlichkeit), Geschenk- und Ziergegenstände (z. B. Winnie Puh-Becher), Produkte der Nahrungsgüterindustrie (z. B. Rozi Horváth-Gewürzmischung), Einrichtungs- und Haushaltsartikel (z. B. Tiffany-Lampe), Sportartikel und Sportausrüstung (z. B. wirbt Roger Federer für Nike Sportkleidung), Spiele (z. B. Harry Potter Gesellschaftsspiel), Gesundheits- und Schönheitspflegemittel (z. B. Penélope Cruz als L'Oréal-Gesicht) und elektronische Massenartikel (z. B. bewirbt Tiger Woods TAG Heuer Uhren).

Subjekte des Merchandising-Vertrages sind der Verwender (*merchandiser*), der zur Verbesserung der Verkäuflichkeit seiner Ware/Dienstleistung eine Übertragung des Erscheinungsbildes verwendet, und der Berechtigte, der der gewerblichen Nutzung des Namens/Bildnisses/Teile seines/r urheberrechtlichen Werkes/Firmennamens/Schutzmarke/ Warenzeichens/Logos (einer natürlichen Person, Rechtsperson, Wirtschaftsgesellschaft ohne Rechtsperson) zustimmt.

Der *direkte Gegenstand* des Merchandising-Vertrages ist der an den indirekten Vertragsgegenstand angeschlossene Gebrauch und die Ausnutzung des Goodwill/Image. Der *indirekte Gegenstand* kann ein Persönlichkeitsrecht sein (Name/Bildnis einer lebenden/historischen Person, Firmenname einer nicht natürlichen Person), Bezüge einer imaginären Person (Name, Stimme, Abbildung, mehrdimensionale Reproduktion, siehe: Spiderman, Rambo), Schutzmarke, Abbildung, Emblem (z. B. einer Sportvereinigung), Firmenname, Teile Urheberrechtlicher Werke (Tierfiguren aus Zeichentrickfilmen, eine Melodie, Buch-/Filmtitel usw.) und Prestige (z. B. T-Shirt mit dem Namen und Wappen einer berühmten Universität).

Eines der wichtigsten Elemente des *Inhalts* des Merchandising-Vertrags ist die Verwendung des Erscheinungsbildes, wofür entweder keine Zustimmung benötigt wird (z. B. Werbung für das Kaiser Bier) oder eine Zustimmung benötigt wird (z. B. die Verwendung des Bildnisses einer lebenden Person, Genehmigung der Ungarischen Akademie der Wissenschaften zum Namen einer historischen Person). Es ist auch eine sogenannte Eigenverwendung vorstellbar. Dann weitet eine Unternehmung ihr Erscheinungsbild (*goodwill*) auch auf andere Bereiche aus (z. B. ein Restaurant bringt Weine mit seinem Namen in Umlauf). Der andere wesentlichste inhaltliche Bezug des Merchandising-Vertrages ist der Rechtsschutz des Berechtigten einerseits gegenüber einer unrechtmäßigen Übertragung des Er-

scheinungsbildes, andererseits gegenüber der Verwendung des Image/Goodwill ohne Rechtstitel und Rechtsgrundlage (d. h. ohne eine Merchandising-Vereinbarung) durch Konkurrenten des Vermarkters. Das Recht sichert zur Regelung dieser Problemkreise zahlreiche und vielfältige Schutzmittel:

- die Vorschriften des ZGB zum Persönlichkeitsschutz (Gesetz IV/1959. §§ 7780, §§ 84–85),
- die Anordnungen des Schutzmarkengesetzes (Gesetz XI/1997 § 5. Absatz (1) Punkt. a), § 7, § 12. Absatz (2), § 27),
- die Regeln des Urheberrechtsgesetzes (Gesetz LXXVI/1999. § 16),
- der Abschnitt des Sportgesetzes (Gesetz I/2004, § 35),
- die Norm des Pressegesetzes (Gesetz II/1986, § 3. Absatz (1),
- die Bezüge des Werbungsgesetzes (Gesetz XLVIII/2008. § 9, Absatz (2), § 10, § 12, § 13, § 14, § 18, § 19, § 20),
- der Sachverhalt des Anhangs des Gesetzes über das Verbot der unlauteren Handelspraxis gegenüber dem Verbraucher (Gesetz XLVII/2008 Anhang Punkt 3),
- die Paragraphen des Wettbewerbsgesetzes (Gesetz LVII/1996 § 8; sekundärer Schutz, weil die Möglichkeit des Auftretens gegenüber dem Konkurrenten des Vermarkters geregelt wird).

Der Merchandising-Vertrag ist eine heterogene und komplexe Rechtsinstitution, deren *Qualifizierung* durch den Charakter des vermittelten Gegenstandes beeinflusst wird: er kann Elemente von Verlegerverträgen, Verfilmungsverträgen, Verträgen über die Verwendung bildgrafischer Schöpfungen, Verträgen über die Verwendung gebrauchsgrafischer Werke, Werbeverträgen, Sponsorenverträgen, Verträgen über die Übertragung des Erscheinungsbildes, Lizenzverträgen, Franchise-Verträgen, Verträgen über die Verwendung von Handels/Firmennamen gleichzeitig oder gesondert enthalten. Daraus schließen wir, daß der Merchandising-Vertrag aufgrund seines veränderlichen und speziellen Gegenstandes, Inhalts (ähnlich dem Behandlungsvertrag) ein *entgeltlicher atypischer Vertrag* ist, der auch über die unter Punkt 1 dieser Studie beschriebenen Charakteristika verfügt.

## V. „Scheinbar atypische“ Verträge<sup>8</sup>

*Unter die „scheinbar atypischen“ Verträge ordnen wir die Kontrakte, die aufgrund der Bezeichnung und der Formulierung des Inhaltes der Vereinbarungen den Anschein erwecken, als entsprächen sie einigen Gruppenkennzeichen des atypischen Vertrages (z. B. Name fremden Ursprungs; scheinbar gehören sie nicht zu den im ZGB benannten Verträgen; die Rolle der ausländischen Praxis bei der Adaptierung in Ungarn; die Anwendbarkeit der gemeinsamen Regeln der Verträge; sie werden hauptsächlich für den Aufbau eines dauerhaften Rechtsverhältnisses zwischen*

<sup>8</sup> Papp 2009. 23–25.

Wirtschaftsorganisationen geschlossen); in der Realität sind sie entweder als gemischte Verträge einzuordnen, oder entsprechen sie einem benannten Vertrag. Bei der Feststellung des Typus eines Vertrages ist nicht die von den Parteien festgelegte Bezeichnung und der Sprachgebrauch der Parteien bestimmend, sondern *es muß vom Inhalt der Vereinbarung und deren begrifflichen Elementen ausgegangen werden*. Diesen Kriterien entsprechend erfolgt die schematische Zuordnung des Distributoren-, Dealer-, Outsourcing- und Investitionsvertrages.

Im Rahmen des *Distributor-Vertrags*<sup>9</sup> kauft der Distributor vom Hersteller unter Beschränkung seiner Einkaufs- und Vertriebsmärkte auf ein festgelegtes geographisches Gebiet, und vertreibt für den ihm gewährten Preisnachlaß das auf seinen Namen und zu seinen Gunsten gekaufte Erzeugnis auf der Grundlage eines Rahmenvertrages, der auf ein dauerhaftes Rechtsverhältnis abzielt (Vb/01103; DCFR: *Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law*). Als Synonym von Distributor werden auch die Begriffe Importeur, Weiterverkäufer, Verkäufer, Provider und Markenhändler benutzt (4/2009. /III.17./ EüM rendelet/Verordnung; 104/2007.VJ; 81/2006.VJ; 26/2006.VJ; 21/2006.VJ; 154/2004.VJ; 60/2004.VJ; VEF 2007.2.; BDT 2007. 1533). Der Distributor-Vertrag bezieht sich also auf den Kauf und Verkauf eines bestimmten Erzeugnisses, stimmt demnach mit dem Kaufvertrag (bzw. der Kaufkette) laut ZGB überein. Der Distributor ist ein Händler, der sich geschäftsmäßig mit dem Kauf und Verkauf von Waren beschäftigt. Unsere Feststellung wird auch durch die Entscheidung des Tafelgerichts Szeged (Gf. I. 30 332/2007; BDT 2008. 69) unterstützt: zwischen dem ausländischen Hersteller und dem einheimischen ungarischen Verkäufer kommt kein Kommissionsvertrag zustande, wenn der Verkäufer die Erzeugnisse mittels Kaufvertrag kauft, und im weiteren als Artikel aus dem eigenen Warenbestand an weitere Weiterverkäufer, Verbraucher weiterverkauft; der Nutzen des Handelsgeschäfts wird durch die angewandte Preisspanne abgedeckt.

Der Inhalt des *Dealer-Vertrags* kann einerseits mit den wesentlichen Eigenheiten des Distributor-Vertrages übereinstimmen: er kann auch auf Markenhändler-tätigkeit [das Urteil des erstinstanzlichen Europäischen Gerichtes in der Sache Fiatagri UK Ltd und New Holland Ford Ltd kontra Kommission der Europäischen Gemeinschaften (T-34/92); das Urteil des erstinstanzlichen Europäischen Gerichtes in der Sache John Deere Ltd kontra Kommission der Europäischen Gemeinschaften (T-35/92), 51/2005. VJ; 292/1996. VJ; 24/1995. VJ] und Durchführung von Weiterverkauf (26/2006. VJ; 2/2003. VJ) gerichtet sein. Andererseits kann der Dealer-Vertrag auch gleichzeitig für ein Rechtsverhältnis mit Kommissions-/Vertreter- und Vertriebsinhalt abgeschlossen werden (5/2004. VJ). Drittens kann auch vorkommen, daß der Dealer das Erzeugnis vom Hersteller kauft und dazu mit dem Verbraucher einen Liefervertrag abschließt (1998/150. Steuerfrage). Demzufolge deckt der Dealer-Vertrag entweder Kaufverträge oder Kommissions-

9 Ujlaki 2002, passim; Vörös 2004, passim.

verträge bzw. mit einem selbständigen Handelsvertretervertrag gemischten Kauf (mit dem eventuell auch Depositenelemente kombiniert sein können), oder mit Kauf vermischten verzögerten Kauf ab.

Der *Outsourcing-Vertrag*<sup>10</sup> kommt zustande, wenn eine Wirtschaftsorganisation eine vollständige Dienstleistung (Tätigkeitsbereich) oder einen großen Teil davon einem aus Eigentümer- und Führungssicht unabhängigen externen Unternehmer anvertraut, wobei die möglicherweise vorhandenen internen Kapazitäten abgebaut werden. Der Grund für die Auslagerung kann die Senkung der Kosten, Ziel die Steigerung der Effektivität des Betriebes, Konzentration auf die Haupttätigkeit und das Erreichen eines höheren Leistungsniveaus sein. Der Outsourcing-Vertrag kann geschlossen werden zur Auslagerung der Verarbeitung, für Anwendungsleistungen, für Anwendungsmanagement, zur Auslagerung von System-Infrastruktur, zur Auslagerung von Infrastruktur, zur Systemauslagerung, zur Auslagerung von Betriebsabläufen, zur Auslagerung von Geschäftsstrategie usw. (87/2006. VJ; 176/2005. VJ; 40/2005. VJ; 15/2003. VJ; 98/2002. VJ; 167/2001. VJ). Unserer Meinung nach ist der Outsourcing-Vertrag als ein mit einem Auftrag gemischter Werkvertrag zu qualifizieren: auf der einen Seite trägt das Anweisungs- und Kontrollrecht, auf der anderen Seite das Bestreben nach einem sorgfältigen Verfahren, während der Erfüllung der aufgegebenen Sache das Auftragsselement in sich, während der Werkscharakter in der Dienstleistung (bei der Schaffung eines anderen durch Arbeit erreichbaren Ergebnisses) zu finden ist.

Im Hintergrund der *Investitionsverträge* findet sich immer ein bestimmtes wirtschaftliches Ziel: das Streben nach Einsparung, Mehreinnahmen oder Nutzenziehung; die wirtschaftliche Absicht der Vertragsparteien kann jedoch durch Verträge unterschiedlichsten Typs erreicht werden (BH 2007.17). Und aus juristischer Sicht ist von Bedeutung, in welcher rechtlichen Form, im Rahmen welches benannten Vertrages dies abgewickelt wird (BDT 2001. 398). Wir stimmen mit Gyöngyi Harsányi<sup>11</sup> überein, daß ein Unterschied zwischen den Verträgen in der Hinsicht gemacht werden muß, ob der Investor die Investitionsaktivität persönlich durchführt, oder ob er die Durchführung der Investitionen von einer darauf spezialisierten Unternehmung durchführen läßt. Sofern eine „persönliche Investition“ erfolgt, können wir im juristischen Sinne nicht von einem Vertrag „mit Investitionsziel“ – als benanntem, selbständigen (sui generis) Vertragstypus sprechen: die wirtschaftliche Absicht wird durch existierende Vertragstypen realisiert, so wie dem Darlehensvertrag/Einlagevertrag/mit Wertpapiergeschäften/mit Börsengeschäften/mit Kaufverträgen/mit Versicherungsverträgen/mit Gesellschaftsbeteiligungsverträgen usw. (Tafelgericht Szeged Pf. I. 20 057/2005). Ist der direkte Gegenstand der Vereinbarung eine Investitionsleistung, die von einer darauf spezialisierten Unternehmung ausgeführt wird, so handelt es sich

10 Sziebig 2006, passim.

11 Harsányi 1997. 3–6.

unserer Meinung nach um einen typenkombinierten gemischten Vertrag: darin scheint der Charakter des Auftrags (Anweisung, Kontrolle, sorgfältiges Vorgehen, Portfolioverwaltung, Kontenführung), Kommissions-/selbständiger Handelsvertreter-, innerhalb dieser Effektenbörsen-, Wertpapieranlage-, Immobilienmakler, Bausparkassen- und Versicherungsagent (Geschäftsvermittlung/-abschluß) und der Hinterlegung (Aufbewahrung übergebenen Geldes/von Wertpapieren) auf.

## Konklusionen

Unseres Erachtens wird durch die Veränderungen in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Verhältnissen und die aus der Globalisierung resultierenden Umgestaltungen auf dem Gebiet der Verträge ein Entwicklung generiert, die ausgehend von den de facto Innominat-Kontrakten in Richtung der bezeichneten typischen Verträge weist: die vormals noch nicht aufgetretenen Vereinbarungen scheinen erstmals als de facto Innominat-Vertrag auf, und indem sie regelmäßiger auftreten, werden sie den gemischten (z. B. Anlagevertrag) oder den atypischen Verträgen (z. B. Konsortsvertrag über die Gründung und Betreibung einer Verbrauchergruppe) zugeordnet, und finden schließlich – weniger ihrer Häufigkeit als – der gesetzgeberischen Absicht wegen Eingang in das ZGB.

## Literatur

- BAKOS, K.–NÓTÁRI, T. 2011. *Szellemi tulajdon – építészeti alkotás*. [Geistiges Eigentum – Schaffungen der Architektur.] Szeged.
- BAR, C. v.–CLIVE, E.–SCHULTE-NÖLKE, H. (eds.) 2008. *Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law, Draft Common Frame of Reference*. Munich.
- CSÉCSY, Gy. 2008. *A szellemi alkotások joga*. [Das Recht der Geistesschöpfungen.] Miskolc.
- HAGYSÁNYI Gy. 1997. Befektetési jellegű szerződések kötelmi jogi elemzése. [Obligationsrechtliche Analyse der Verträge von Investitionscharakter.] *Gazdaság és Jog* 6/3. 3–6.
- JOBBÁGYI, G. 2007. *Orvosi jog*. [Medizinisches Recht.] Budapest.
- NÓTÁRI, T. 2011. *Római köz- és magánjog*. [Römisches öffentliches Recht und Privatrecht.] Kolozsvár.
- PAPP, T. 2009. *Atipikus szerződések*. [Atypische Verträge.] Szeged.
- STRIHÓ, K. 2008. A merchandising szerződés. [Der Merchandising-Vertrag.] *Jogelméleti Szemle* 9/1.

- SZIEBIG, P. 2006. *Kiszervezve, Elmélet és gyakorlat az IT-outsourcingban.* [Ausorganisiert, Theorie und Praxis in IT-outsourcing.] Budapest.
- UJLAKI, L. 2002. A disztribútor szerződés fogalmának értelmezése. [Interpretation des Begriffes des Distributor-Vertrags.] *Gazdaság és Jog* 10/6. 25–26.
- VIDA, S. 1995. A merchandising védjegyjogi oltalma. [Der Warenzeichenschutz von Merchandising.] *Védjegyvilág* 3. 10–17.
- VÖRÖS, I. 2004. *A nemzetközi gazdasági kapcsolatok joga, II.* [Das Recht der internationalen wirtschaftlichen Verhältnisse, II.] Budapest.