II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 14. November 1988

über ein Verfahren nach Artikel 85 EWG-Vertrag

(IV/32.358, ServiceMaster)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(88/604/EWG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung Nr. 17 des Rates vom 6. Februar 1962 — Erste Durchführungsverordnung zu den Artikeln 85 und 86 des Vertrages [1], zuletzt geändert durch die Akte über den Beitritt Spaniens und Portugals, insbesondere auf die Artikel 4, 6 und 8,

gestützt auf den Antrag auf Erteilung eines Negativattests und auf die Anmeldung, die von den Unternehmen ServiceMaster Limited (England) für eine Standardfranchisevereinbarung über die Erbringung von Haushaltungs-, Reinigungs- und Instandhaltungsdienstleistungen in der Gemeinschaft am 3. Juni 1987 vorgelegt wurde.

gestützt auf die Veröffentlichung des Antrags und der Anmeldung [2] nach Artikel 19 Absatz 3 der Verordnung Nr. 17,

nach Anhörung des Beratenden Ausschusses für Kartell- und Monopolfragen,

in Erwägung nachstehender Gründe :

I. SACHVERHALT

(1) Das Unternehmen ServiceMaster hat eine Standardfranchisevereinbarung für Dienstleistungen, die in allen Mitgliedstaaten der EWG gelten soll, angemeldet. Die Vereinbarung betrifft die Erbringung von Haushaltungs-, Reinigungs- und Unterhaltsdienstleistungen für gewerbliche und private Kunden. ServiceMaster beantragt ein Negativattest oder eine Freistellung nach Artikel 85 Absatz 3 des Vertrages.

(2) Auf Bemerkungen der Kommission hin erklärte sich ServiceMaster damit einverstanden, seine angemeldete Vereinbarung in einigen Punkten zu ändern. Die geänderte Vereinbarung ist der Kommission am 10. Mai 1988 mitgeteilt worden.

(3) Eine ausführlichere Darstellung des ServiceMaster-Franchisesystems und seiner wichtigsten Klauseln, die im folgenden nur insoweit erwähnt oder erörtert werden, als es für die Argumentation der Kommission erforderlich ist, findet sich in der Mitteilung nach Artikel 19 Absatz 3 der Verordnung Nr. 17 [3]. Der in der Mitteilung nach Artikel 19 Absatz 3 dargelegte Sachverhalt ist Bestandteil dieser Entscheidung.

(4) Nach Veröffentlichung der genannten Mitteilung sind bei der Kommission keine Bemerkungen Dritter eingegangen.

II. RECHTLICHE WÜRDIGUNG

A. Artikel 85 Absatz 1

(5) Das Franchisenetz, das ServiceMaster mit der angemeldeten Standardvereinbarung errichtet hat, bezieht sich auf eine Dienstleistungsfranchise : Es handelt sich um die Erbringung von Haushaltungs-, Reinigungs- und Unterhaltsdienstleistungen für gewerbliche und private Kunden nach den Anweisungen von ServiceMaster sowie — als Nebenleistung — um den Vertrieb von Waren, die unmittelbar mit der Erbringung dieser Dienstlei-

[1] ABl. Nr. 13 vom 21. 2. 1962, S. 204/62.
[2] ABl. Nr. C 218 vom 20. 8. 1988, S. 3.

[3] Als Anhang zu dieser Entscheidung bekanntgegeben.

stungen verbunden sind. Die ServiceMaster-Franchise umfaßt eine einheitliche Darbietung der Vertragsleistungen unter Verwendung eines gemeinsamen Namens, eines umfassenden Pakets an technischem, kommerziellem und administrativem Know-how über die Erbringung der Dienstleistungen sowie eine kontinuierliche Unterstützung durch ServiceMaster. Die Franchisenehmer sind Eigentümer ihres Geschäftes, das sie auf eigene Rechnung und Gefahr betreiben. Als Gegenleistung für das Recht, eine ServiceMaster-Franchise und bestimmte gewerbliche Eigentumsrechte von ServiceMaster an Warenzeichen und Urheberrechten zu nutzen, haben die Franchisenehmer eine Reihe finanzieller Leistungen zu erbringen und bestimmte Auflagen zu beachten, mit denen die Einheitlichkeit und das Qualitätsniveau des ServiceMaster-Systems erhalten werden soll.

(6) Die Kommission ist der Auffassung, daß Dienstleistungsfranchisen trotz einiger Besonderheiten starke Ähnlichkeiten mit Vertriebsfranchisen aufweisen und deshalb grundsätzlich wie Vertriebsfranchisen, die bereits von der Kommission freigestellt worden sind (1), behandelt werden können. Diese Prämisse beruht auf der Tatsache, daß die Wettbewerbsregeln der EG unterschiedslos auf Waren und Dienstleistungen Anwendung finden. Dies hindert die Kommission nicht, in Einzelfällen bestimmten Besonderheiten, die mit der Erbringung von Dienstleistungen im Zusammenhang stehen, Rechnung zu tragen.

So ist das Know-how für die Erbringung von Dienstleistungen häufig wichtiger als für den Vertrieb von Waren, weil mit jeder Dienstleistung die Ausführung einer bestimmten Tätigkeit und eine enge persönliche Beziehung zwischen dem Dienstleistungserbringer und dem Dienstleistungsempfänger verbunden ist. Für Dienstleistungsfranchisen kann daher der Schutz des Know-how und Ansehens des Franchisegebers von noch größerer Bedeutung sein als für Vertriebsfranchisen, bei denen hauptsächlich die Waren für das Unternehmen werben, indem sie das Warenzeichen des Herstellers oder Händlers tragen. Auch werden bestimmte Dienstleistungen wie z.B. die Dienstleistungen von ServiceMaster in den Räumen des Kunden erbracht, während Waren gewöhnlich im Geschäft des Einzelhändlers verkauft werden. Diese Art der Dienstleistung stellt eine engere Beziehung zwischen dem Erbringer der Dienstleistung und dem Dienstleistungsempfänger her.

Nicht unter Artikel 85 Absatz 1 fallende Bestimmungen

Die folgenden Bestimmungen der ServiceMaster-Franchisevereinbarung fallen nicht unter Artikel 85 Absatz 1.

a) *Bestimmungen, mit denen verhindert werden soll, daß das vom Franchisegeber zur Verfügung gestellte Wissen und die von diesem geleistete Unterstützung dessen Wettbewerbern zugute kommt*

(7) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, vor und nach Ablauf der Vereinbarung alle Informationen und Kenntnisse geheim zu halten und seinen Angestellten eine ähnliche Verpflichtung aufzuerlegen. Der kommerzielle Wert des Know-how hängt von seiner Geheimhaltung ab. Die Geheimhaltungspflicht ist für den Erhalt dieses Werts und für dessen Nutzung durch andere potentielle Franchisenehmer unerläßlich.

(8) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, das Know-how und die gewerblichen Eigentumsrechte allein zur Verwertung der ServiceMaster-Franchise zu nutzen. Diese Nutzungsbeschränkung ist notwendig, um das Know-how des Franchisegebers zu schützen, da es sich für den Franchisenehmer oder andere Wettbewerber anbietet, diese Kenntnisse für konkurrierende Dienstleistungen zu nutzen.

(9) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, nach Ablauf der Vereinbarung die Verwertung des Know-how von ServiceMaster als gesamtes Bündel einzustellen, es sei denn, dieses Wissen ist insgesamt der Öffentlichkeit auf anderem Wege als durch Vertragsbruch zugänglich gemacht worden. Das Verbot, nach Ablauf der Vereinbarung das Know-how zu nutzen, ist wesentlich für den Schutz der Rechte des Franchisegebers an diesem Know-how. Solange seine Kenntnisse der Öffentlichkeit nicht zugänglich sind, ist der Franchisegeber berechtigt, die Nutzung an diesen Rechten auf einen festgesetzten Zeitraum — im vorliegenden Fall auf die Laufzeit der Franchisevereinbarung — zu begrenzen. Würde der Franchisegeber nach Ablauf der Franchisevereinbarung das ausschließliche Nutzungsrecht an seinem Know-how verlieren, könnte er Konkurrenten nicht davon abhalten, dieses Wissen zu verwerten.

(10) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, sich nicht während der Laufzeit der Vereinbarung an einem Konkurrenzunternehmen zu beteiligen, außer durch den Erwerb einer Kapitalbeteiligung bis in Höhe von 5 % des Kapitals einer börsennotierten Gesellschaft. Dieses Wettbewerbsverbot ist notwendig, um das Risiko auszuschalten, daß Wettbewerber von dem Know-how — auch indirekt — profitieren, das ServiceMaster seinen Franchisenehmern zur Verfügung stellt. Die Begrenzung der Kapitalbeteiligung an einer börsennotierten Gesellschaft auf 5 % des Aktienkapitals soll sicherstellen, daß die Franchisenehmer nicht an den Aktivitäten eines solchen Unternehmens beteiligt werden und Gefahr laufen, das Know-how des Franchisegebers an ein Konkurrenzunternehmen weiterzugeben. Obwohl das Verbot, Minderheitsbeteiligungen zu erwerben, eine Wettbewerbsbeschränkung im Sinne von Artikel 85 Absatz 1 darstellen kann, ist dieses

(1) Vgl. Entscheidung 87/407/EWG der Kommission, Computerland (ABl. Nr. L 222 vom 10. 8. 1987, S. 12), Entscheidung 87/14/EWG der Kommission, Yves Rocher (ABl. Nr. L 8 vom 10. 1. 1987, S. 49), Entscheidung 87/17/EWG der Kommission, Pronuptia (ABl. Nr. L 13 vom 15. 1. 1987, S. 39).

Verbot keine spürbare Wettbewerbsbeschränkung im gegenwärtigen Fall. Die Franchisenehmer sind in der Regel kleine Unternehmen. Für diese stellt das Verbot einer Kapitalbeteiligung über 5 % an einer börsennotierten Gesellschaft normalerweise keine echte Beschränkung in der Entwicklung ihrer eigenen Aktivitäten dar. Darüber hinaus steht es den Franchisenehmern völlig frei, Kaptialbeteiligungen an nicht konkurrierenden Unternehmen zu erwerben.

(11) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, sich ein Jahr lang nach Ablauf der Vereinbarung nicht bei einem Konkurrenzunternehmen innerhalb des Gebiets, in dem er vor Ablauf der Vereinbarung Dienstleistungen erbracht hat, zu beteiligen. Außerdem darf er für die Dauer eines Jahres nicht um Kunden werben, die zwei Jahre vor Ablauf der Vereinbarung seine Kunden gewesen sind.

Dieses nachvertragliche Wettbewerbs- und Werbeverbot ist sowohl hinsichtlich der Dauer als auch hinsichtlich der räumlichen Ausdehnung annehmbar. Das Vebot ist notwendig, um zu verhindern, daß der vormalige Franchisenehmer das übertragene Know-how und den gewonnenen Kundenstamm zu seinem Vorteil oder zum Vorteil der Konkurrenten von ServiceMaster nutzt. ServiceMaster muß zudem gestattet werden, innerhalb eines angemessenen Zeitraums ein neues Geschäft im Gebiet des ehemaligen Franchisenehmers zu gründen. Diese Feststellung berührt nicht die den Franchisenehmern nach innerstaatlichem Recht zur Verfügung stehenden Rechtsmittel hinsichtlich der Beendigung des Vertrags.

(12) Dem Franchisenehmer ist es untersagt, ohne Zustimmung von ServiceMaster die Franchise zu verkaufen oder die Franchisevereinbarung an Dritte abzutreten. Dieses Verbot ist ohne Zweifel unerläßlich, um das Know-how und die vom Franchisegeber gewährte Unterstützung zu schützen.

b) *Bestimmungen zur Erhaltung des einheitlichen Charakters und des Ansehens des Franchisenetzes*

(13) Die Pflicht des Franchisenehmers, das Know-how von ServiceMaster zu nutzen und die von ServiceMaster entwickelten Geschäftsmethoden anzuwenden, ist eine dem Franchisesystem inhärente Verpflichtung, die die Einheitlichkeit und Qualität des Franchisenetzes gewährleistet.

(14) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, ServiceMaster alle Verbesserungen, die er im Rahmen der Geschäftstätigkeit vornimmt, mitzuteilen. Diese Rücklizenzklausel beruht auf Gegenseitigkeit und hat keine ausschließende Wirkung. So wird die Effizienz des ServiceMaster-Franchisenetzes durch den ungehinderten Austausch von Verbesserungen unter allen Franchisenehmern gesteigert.

(15) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, die Einwilligung von ServiceMaster zum Standort seiner Franchisegeschäftsstellen einzuholen. Hierdurch soll vermieden werden, daß das Ansehen des Franchisenetzes, das im Interesse aller Franchiseteilnehmer ist, durch eine schlechte Standortwahl Schaden nehmen könnte.

(16) Der Franchisenehmer hat die Pflicht, sich nach besten Kräften für die Förderung und Steigerung des Umsatzes einzusetzen und die hierfür erforderliche Zeit und Aufmerksamkeit aufzuwenden. Ziel dieser Förderungsverpflichtung ist es, den Franchisenehmer dazu anzuhalten, seine Anstrengungen auf den Aufbau seines Geschäfts zu richten. Da die Wahrung des Ansehens und der Erhalt des einheitlichen Erscheinungsbilds des Franchisenetzes durch die Schaffung eines leistungsstarken Franchisesystems, in dem alle Anstrengungen auf die Erbringung von ServiceMaster-Dienstleistungen gerichtet sind, im Interesse aller Beteiligten ist, ist diese Verpflichtung zulässig.

(17) Der Franchisenehmer ist verpflichtet, für die Ausübung der Geschäftstätigkeit bestimmte Reinigungsgeräte und Reinigungsmittel von ServiceMaster oder anderen Lieferanten, die von ServiceMaster bezeichnet oder genehmigt worden sind, zu beziehen. Diese Bezugspflicht ist für einen effizienten Geschäftsverlauf von wesentlicher Bedeutung und wirkt gleichzeitig als eine Art Qualitätskontrolle. Sie hindert den Franchisenehmer nicht daran, qualitativ gleichwertige Ausrüstungsgegenstände und Waren von Drittlieferanten zu beziehen. ServiceMaster verweigert seine Zustimmung zu den von den Franchisenehmern vorgeschlagenen Lieferanten nicht, wenn die Waren dieser Lieferanten bestimmten objektiven Kriterien wie z.B. im Falle von Reinigungsmitteln dem Erfordernis der Sicherheit, Ungiftigkeit, biologischen Abbaubarkeit und Wirksamkeit genügen. Auch steht es dem Franchisenehmer frei, die erforderlichen Waren von anderen ServiceMaster-Franchisenehmern zu beziehen.

(18) Für die Durchführung von Werbeaktionen hat der Franchisenehmer die Zustimmung von ServiceMaster einzuholen. Mit dieser Kontrolle, die sich auf die Art der Werbung, nicht jedoch auf die Wiederverkaufspreise erstreckt, soll die Übereinstimmung mit dem Markenimage von ServiceMaster gewährleistet werden.

(19) Der Franchisenehmer hat ServiceMaster zu Kontrollzwecken Zutritt zu seinen Geschäftsräumen zu gestatten sowie Berichte über seine Finanzlage zu übermitteln. Der Franchisegeber kann so überprüfen, ob der Franchisenehmer sein Geschäft in Übereinstimmung mit den Geschäftsmethoden von ServiceMaster betreibt und seinen finanziellen Verpflichtungen nachkommt. Soweit dieses Kontrollrecht nicht dazu mißbraucht wird, den Franchisenehmer wegen seiner Verkaufstätigkeit außerhalb seines eigenen Gebiets oder wegen der Festsetzung der Verkaufspreise zu maßregeln, kann es nicht als wettbewerbsbeschränkend angesehen werden.

c) Sonstige Bestimmungen

(20) Die Preisempfehlungen für den Franchisenehmer stellen keine Wettbewerbsbeschränkung dar, da es dem Franchisenehmer gänzlich freisteht, eigene Preise für die Dienstleistungen und Haushaltspflegeprodukte festzusetzen.

(21) Der Franchisenehmer darf Haushaltspflegeprodukte nur mit Zustimmung von ServiceMaster und nur an seine Kunden weiterverkaufen. Diese Beschränkung des Weiterverkaufs von Haushaltspflegeprodukten beruht auf dem berechtigten Interesse, daß der Franchisenehmer seine Tätigkeit auf sein Hauptgeschäft, d.h. die Erbringung von Dienstleistungen, und weniger auf den Vertrieb von Waren zu konzentrieren hat.

Bestimmungen, die unter Artikel 85 Absatz 1 fallen

Die folgenden Bestimmungen der ServiceMaster-Franchisevereinbarung fallen unter Artikel 85 Absatz 1.

(22) Das Zusammenwirken der Klausel, wonach es dem Franchisenehmer untersagt ist, außerhalb seines Gebiets weitere Geschäftsstellen zu gründen, mit der Gebietsschutzklausel, die es dem Franchisenehmer untersagt, außerhalb seines Gebiets aktiv um neue Kunden zu werben, hat eine gewisse Aufteilung des Marktes zwischen den Franchisenehmern zur Folge und beschränkt so den Wettbewerb innerhalb des ServiceMaster-Franchisenetzes. Dieser Gebietsschutz wird allerdings durch zwei Faktoren beschränkt: Der Franchisenehmer verfügt innerhalb seines Gebiets in bezug auf ServiceMaster selbst lediglich über ein nicht ausschließliches Recht; jeder Franchisenehmer ist berechtigt, Dienstleistungen an Kunden außerhalb seines Gebiets zu erbringen, um die er nicht geworben hat.

(23) Der Handel zwischen den Mitgliedstaaten wird dadurch beeinträchtigt, daß es den Franchisenehmern untersagt ist, Geschäftsstellen in anderen Mitgliedstaaten zu errichten und aktiv um Kunden in Franchisegebieten anderer Mitgliedstaaten zu werben. Diese Verbote führen zu einer Aufteilung des Marktes zwischen den Franchisenehmern der verschiedenen Mitgliedstaaten. Die Auswirkung auf den zwischenstaatlichen Handel ist geeignet, spürbar zu sein. ServiceMaster hat eine Standardfranchisevereinbarung angemeldet, welche sie für die Entwicklung eines EG-weiten Franchisenetzes verwenden wird. Im gegenwärtigen Augenblick ist dieses Franchisenetz noch im Stadium der Entwicklung. Bei der Bewertung der Spürbarkeit der Auswirkung auf den zwischenstaatlichen Handel muß die Kommission der zukünftigen Entwicklung dieses Franchisenetzes Rechnung tragen. In diesem Zusammenhang geht die Kommission davon aus, daß ServiceMaster ein Marktteilnehmer von großer Bedeutung ist, der fähig ist, eine große Zahl von Geschäftsstellen in der EG zu errichten, genau wie ServiceMaster in den Vereinigten Staaten und Kanada über 2 900 Franchisen vergeben hat. ServiceMaster besitzt bereits einen Marktanteil von 6 % im Vereinigten Königreich. ServiceMaster rechnet damit, daß ihr EG-Marktanteil die 5 %-Grenze in nächster Zukunft überschreiten wird. Angesichts dieser Sachlage ist die Kommission der Auffassung, daß eine ausreichende Wahrscheinlichkeit dafür besteht, daß die im angemeldeten Standardvertrag befindlichen Wettbewerbsbeschränkungen zumindest geeignet sind, den zwischenstaatlichen Handel spürbar zu beeinflussen. Die angemeldete Standardfranchisevereinbarung fällt daher in den Anwendungsbereich von Artikel 85 Absatz 1. Die Kommission hat dementsprechend zu prüfen, ob für diese Vereinbarung eine Freistellung gemäß Artikel 85 Absatz 3 gewährt werden kann.

B. Artikel 85 Absatz 3

(24) Die Standardfranchisevereinbarung von ServiceMaster trägt durch das Zusammenwirken ihrer Bestimmungen aus folgenden Gründen dazu bei, die betreffenden Dienstleistungen zu verbessern:

— ServiceMaster kann neue Märkte mit begrenzten Investitionen rasch erschließen, im vorliegenden Fall die Märkte aller 12 Mitgliedstaaten;

— diese rasche Entwicklung eines gemeinschaftsweiten Dienstleistungsnetzes erhöht den brancheninternen Wettbewerb mit anderen Dienstleistungsunternehmen auf den einzelnen betroffenen Märkten;

— zahlreichen kleinen Unternehmnen wird der Zugang zu neuen Märkten dadurch eröffnet, daß es ihnen ermöglicht wird, Geschäftsstellen schneller zu eröffnen und mit besseren Erfolgsaussichten zu betreiben, da ihnen der Name und das Ansehen von ServiceMaster sowie dessen technisches, kommerzielles und administratives Know-how zugute kommen;

— durch den persönlichen Einsatz selbständiger Franchisenehmer wird eine intensive Kundenbetreuung ermöglicht.

(25) Durch die Standardfranchisevereinbarung von ServiceMaster erhält der Verbraucher einen angemessenen Anteil an den Vorteilen, die sich aus den obengenannten Verbesserungen bei der Erbringung der Dienstleistung ergeben. Erstens soll das Franchisenetz als solches dem Kunden eine bessere und einheitliche Leistung von hoher Qualität garantieren. Zweitens, wie bereits im vorstehenden Absatz erläutert, profitiert der Verbraucher von dem guten Service des Franchisenehmers, der als selbständiger Unternehmer ein persönliches, direktes Interesse am Erfolg seines Geschäfts hat. Drittens wird die Freiheit des Verbrauchers, Dienstleistungen andernorts im Rahmen des Netzes in Anspruch zu nehmen, die Franchisenehmer dazu bewegen, den Verbraucher angemessen an den Vorteilen dieses brancheninternen Wettbewerbs zwischen den angebotenen Dienstleistungen teilhaben zu lassen. Schließlich ist aufgrund des starken Wettbewerbs zu erwarten, daß die Franchisenehmer bessere Dienstleistungen zu günstigeren Preisen anbieten.

(26) Die Bestimmungen, die unter Artikel 85 Absatz 1 fallen, sind für die Errichtung und die Existenz des Franchisenetzes unerläßlich: der begrenzte Gebietsschutz ist für die Franchisenehmer notwendig, damit sich ihre Investitionen rentieren. Hierzu zählen unter anderem die Kosten für die Gründung und Unterhaltung des Betriebs, die Zahlung der einmaligen Franchisegebühr, der Erwerb der notwendigen Transportmittel für die Leistungserbringung in den Räumen des Kunden und der Erwerb einer Spezialausrüstung. Der begrenzte Gebietsschutz ist außerdem notwendig, um sicherzustellen, daß die Franchisenehmer ihre Tätigkeit auf ihr eigenes Gebiet konzentrieren. Die Franchisenehmer behalten allerdings passive Dienstleistungsrechte. Ebenso bleibt ihnen die Festsetzung ihrer Verkaufpreise überlassen.

(27) Die Standardfranchisevereinbarung von ServiceMaster gibt den Vertragsparteien nicht die Möglichkeit, den Wettbewerb für einen wesentlichen Teil der fraglichen Dienstleistungen auszuschalten.

Der Wettbewerb zwischen den angebotenen Dienstleistungen auf dem betreffenden Markt ist sehr stark und auch Dritten zugänglich, denn auf dem Markt für Reinigungs-, Haushaltungs- und Instandhaltungsdienstleistungen herrscht starker Wettbewerb zwischen zahlreichen Firmen, die gleiche oder ähnliche Dienstleistungen anbieten. Auf dem Markt besteht außerdem keine Zugangsbeschränkung, so daß neue Dienstleistungsunternehmen jederzeit Versuchen von ServiceMaster oder seinen Franchisenehmern, ihre Preise zu erhöhen, begegnen können.

Der Wettbewerb innerhalb des ServiceMaster-Netzes selbst ist ebenfalls gewährleistet. Durch den begrenzten Gebietsschutz erwirbt der Franchisenehmer keinen Alleinvertretungsanspruch. Den Franchisenehmern steht es frei, Dienstleistungen für Kunden zu erbringen, die außerhalb ihres eigenen Gebiets wohnen und nicht Gegenstand einer Werbeaktion waren. Dies führt zu einem gewissen Preiswettbewerb unter den Franchisenehmern, die ihre Verkaufspreise selbst festsetzen können.

(28) Die angemeldete Vereinbarung erfüllt daher alle Voraussetzungen für eine Freistellung nach Artikel 85 Absatz 3.

C. Artikel 6 und 8 der Verordnung Nr. 17

(29) Die Vereinbarung, so wie sie von ServiceMaster am 3. Juni 1987 angemeldet wurde, enthielt eine Reihe von Bestimmungen, die nicht die Voraussetzung für eine Freistellung erfüllten, insbesondere die Bestimmungen über den Gebietsschutz, der ursprünglich jeden Wettbewerb zwischen den Franchisenehmern ausschloß. Auf Bemerkungen der Kommission hin erklärte sich ServiceMaster bereit, seine Vereinbarung in einigen Punkten zu ändern. ServiceMaster teilte die geänderte Vereinbarung am 10. Mai 1988 mit. Der Zeitpunkt, von dem an die Freistellung wirksam wird, fällt daher mit dem Zeitpunkt der Mitteilung der geänderten Vereinbarung zusammen.

(30) Angesichts der hohen Wettbewerbsintensität des betreffenden Markts und in Anbetracht fehlender Zugangsbeschränkungen ist es im vorliegenden Fall angemessen, die Freistellung für einen Zeitraum von zehn Jahren zu gewähren —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Gemäß Artikel 85 Absatz 3 EWG-Vertrag wird Artikel 85 Absatz 1 EWG-Vertrag auf die Standardfranchisevereinbarung für Dienstleistungen, die ServiceMaster mit seinen Franchisenehmern innerhalb der EWG schließt, für die Zeit vom 10. Mai 1988 bis 9. Mai 1998 für nicht anwendbar erklärt.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist an ServiceMaster Ltd 50, Commercial Square, Freeman's Common, Leicester LE2 7SR, Vereinigtes Königreich, gerichtet.

Brüssel, den 14. November 1988

Für die Kommission

Peter SUTHERLAND

Mitglied der Kommission