

Schaufenster eines Geschäfts mit sehr billigem Preis ausgestellt ist, der Verkäufer gehalten ist, dem in den Laden kommenden Kunden, der dieses bestimmte Stück zu erwerben wünscht, es zu dem billigen Preise zu geben.

Daran hängt zunächst das Renommee und sein geschäftliches Vorwärtkommen; die Verkehrsſitte hat daraufhin festgesetzt, daß, wer geschäftlich zu seinem Vorteil locken will, damit nicht betrügen darf. Und wenn man ein bestimmtes Stück in einem Schaufenster oder in einem Laden mit Preisangabe ausstellt, so bietet man es damit eben jedem Kauflustigen bindend an!

Überdies ist sehr wohl in Rücksicht zu ziehen, wo der bestimmte Preis von Personen aufhört und der unbestimmte anfängt. Ich würde z. B. geneigt sein, die Zirkulare, die ein Verleger jedesmal an eine bestimmte Anzahl von Sortimentern unter Firmenadressierung schickt, als Angebot an einen bestimmten Preis von Personen anzusehen, und ich glaube bestimmt, daß, wenn es zu einem Prozeß kommt, der Richter dies als einen bindenden Vertragsantrag ansehen wird.

Wir haben ja auch z. B. in der Einrichtung des Automaten einen bindenden Vertragsantrag an einen unbestimmten Preis von Personen, und jedenfalls ist es durchaus nicht von der Hand zu weisen, daß der Verkäufer von vornherein (natürlich immer soweit der Vorrat reicht und dergleichen) sich jedem Kunden gegenüber an sein Angebot für gebunden halten will, und daß es eine Verkehrsſitte gibt, die dies bestimmt. Ja wenn in einem Handelszweige auf feste Preise gehalten wird, wie dies im Buchhandel der Fall ist, so dürfte daraus für die Auslegung eines Rechtsstreits hervorgehen, daß, wenn der Verleger dem Verkäufer überhaupt liefern will, er auch die von ihm selbst angelegten Bedingungen, also namentlich den Kaufpreis allgemein gelten lassen muß, also dem Publikum gegenüber den Ladenpreis, dem Sortimentern gegenüber den Nettopreis.

3. Wenn es sich um eine irrtümliche Preisangabe handelt.

Der Fall, der uns hier beschäftigt, wird ja meist so liegen, daß sich der Verleger bei der Vorankündigung des Werkes verkalkuliert hat, daß etwa das Buch nachträglich umfangreicher oder seine Herstellung teurer geworden ist und er deshalb den einmal angekündigten Preis nicht mehr einhalten möchte. Dann kommt eine andere, ebenso schwierige Rechtsfrage hier hinein, nämlich die Frage nach dem Irrtum und nach der Zulässigkeit einer Anfechtung des Rechtsgeschäfts wegen Irrtums. Liegt Irrtum vor, so kann der, der sich geirrt hat, das Rechtsgeschäft anfechten, also in unserem Falle der Verleger sein Angebot. In § 119 des BGB. heißt es ganz allgemein: »Wer bei der Abgabe einer Willenserklärung über deren Inhalt im Irrtum war oder eine Erklärung dieses Inhalts überhaupt nicht abgeben wollte, kann die Erklärung anfechten, wenn anzunehmen ist, daß er sie bei Kenntnis der Sachlage und bei verständiger Würdigung des Falls nicht abgegeben haben würde. Als Irrtum über den Inhalt der Erklärung gilt auch der Irrtum über solche Eigenschaften der Person oder der Sache, die im Verkehr als wesentlich angesehen werden.« Auch hier gibt es eine große und von jeher die Rechtswissenschaft bewegende Streitfrage, nämlich wie weit ein Irrtum als erheblich anzusehen ist und demgemäß die Anfechtungsbefugnis für das Rechtsgeschäft gibt.

Man ist sich nun allgemein jedenfalls soweit einig, daß der Irrtum sich auf den Inhalt des Geschäfts und auf die Willenserklärung als solche beziehen muß, nicht aber auf Dinge, die außerhalb und vor der Erklärung liegen und den Beweggrund für die Erklärung abgegeben haben. Also in unserem Falle: Wenn sich der Verleger bei der Angabe des Preises geirrt hat dergestalt, daß er den Preis, der da steht, nicht hat angeben wollen (Schreibfehler, Druckfehler oder dergl.), so liegt ein Irrtum in der Erklärung selber vor. Hat er sich aber in der Kalkulation geirrt, so ist es nach allgemeiner Juristenansicht kein zur Anfechtung berechtigender Irrtum, denn er liegt nicht in der Erklärung selbst, sondern längst vor der Erklärung. Man nennt diesen letzteren Irrtum auch den Geschäftsirrtum. Ob dem Irrtum ein Verschulden zugrunde liegt, ist gleichgültig, und ob sich der Irrtum auf wesentliche Eigenschaften bezieht, ist Frage des besonderen Falls.

Eine Preisangabe wird man im allgemeinen immer als etwas Wesentliches ansehen können, es sei denn, daß der Unterschied ganz unerheblich ist. Darüber entscheidet die Verkehrsſitte. Es ist jedenfalls klar, daß, wenn in einem Angebot durch Druckfehler anstatt 16 M 6 M gesagt ist, dies ein zur Anfechtung berechtigender Grund ist und der Verleger daraufhin den Vertrag anfechten kann. Natürlich liegt ihm die Beweislast ob, daß es sich wirklich um einen solchen Irrtum handelt, und dieser Beweis wird oftmals nicht leicht zu führen sein, ganz abgesehen davon, daß es auch sehr umständlich ist, wenn man etwa einer großen Anzahl von Bestellern gegenüber einen Druckfehler als solchen nachweisen müßte.

Jedenfalls scheiden aus der Irrtumsfrage alle diejenigen Fälle aus, in denen der einmal angelegte Preis seinerzeit den Absichten des Verlegers entsprach und er willkürlich oder aus besserer geschäftlicher Erwägung später einen anderen Preis festsetzt. Dann fehlt die Angriffsfläche für die Irrtumsanfechtung, und es kommen nur die sonstigen Regeln für die Gebundenheit in Betracht.

4. Die Frage der Auslegung nach Treu und Glauben.

Wir sehen schon aus dem Bisherigen, daß die ganze Frage mit vielen Wenn und Aber und vielen Klausulierungen durchsetzt ist, und es handelt sich darum, solche schwierig gelagerten Fälle unter Würdigung der Umstände des Falles und unter vernünftiger Berücksichtigung des wirtschaftlichen Zwecks zu entscheiden. Es ist also hier fürwahr ein rechter Tummelplatz für die modernen Auslegungsregeln, für die Rechtsfindung nach der Verkehrsſitte und für den berühmten allgemeinen § 157 des BGB.: »Verträge sind so auszulegen, wie Treu und Glauben mit Rücksicht auf die Verkehrsſitte es erfordern.«

Nun ist der Buchhandel zweifellos ein Geschäftszweig, der auf Anstand hält und der wilde Sitten jedenfalls nicht aufkommen lassen will. Wenn der Verleger Prospekte herausgibt, so machen diese von vornherein in allen ihren Angaben auf Wahrheit Anspruch, und es läßt sich ganz allgemein sagen, daß, wenn man etwa auf fest angegebene Preise im Buchhandel nicht mehr rechnen könnte, dann wohl die Verkehrsſicherheit einen argen Stoß erleiden würde*). Die Tendenz der modernen Rechtspflege geht aber gerade dahin, daß alles Unklare und Unsichere möglichst eingeschränkt werden soll im Interesse einer Sicherheit des Verkehrs, daß man also jedenfalls sowohl mit der Anerkennung eines Irrtums wie etwa mit einer engen Auffassung der Gebundenheit an einen Antrag seitens der Gerichte nicht rechnen darf. Da der § 145 des BGB. die Gebundenheit an einen Vertragsantrag im Prinzip festsetzt, so glaube ich annehmen zu dürfen, daß die Rechtsprechung immer mehr dahin gelangen wird, die Fälle, in denen man vielleicht früher noch eine nicht bindende Ankündigung annehmen wollte, immer mehr einzuschränken zugunsten des Prinzips der Gebundenheit!

Dazu kommt noch folgende Erwägung: In allen solchen Fragen werden schon seit dem alten HGB. die Kaufleute strenger angefaßt als die Nichtkaufleute. Aus dem alten HGB. stammt ja, wie schon oben betont, die Aufnahme des Prinzips der Gebundenheit in das Bürgerliche Recht, und was im HGB. noch an besonderen Bestimmungen über Handelsgeschäfte steht, zeigt fast durchweg eine Verschärfung der sonst im Bürgerlichen Recht geltenden verkehrssichernden Grundsätze. Es ergibt sich daraus also, daß der Verleger nicht darauf rechnen kann, bei der modernen Auslegung eines solchen Falls allzu nachsichtig behandelt zu werden. Denn da er Kaufmann ist, wird man um so mehr von ihm verlangen müssen, daß er seine Offerten mit der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns abfaßt, also jedenfalls nicht die Interessenten zu einem Kauf animieren darf mit Hülfe leichtsinniger Preisangaben, die er nicht einhalten kann und später für sich günstiger zu gestalten hofft.

*) Im Antiquariat sind hierfür natürlich andere Grundsätze gegeben. Hier wird man beispielsweise stets damit rechnen müssen, daß das Angebot eines seltenen Werkes nur ganz kurze Zeit bindend sein kann oder hinsichtlich des Preises immer »freibleibend« gemacht werden dürfte.