

Wochenschrift ansehen würde, wenn diese ihn nicht durch die Prospektbeilagen über die neuen Patent-Medizinen der chemischen Fabriken unterrichtet.

Im Prinzip also muß man zu dem Ergebnis gelangen, daß das Herausnehmen von Prospektbeilagen eine Veränderung der Zeitschrift ist, daß also der Sortimenter, sofern er nicht wichtige Gründe dafür anführen kann, eine eigenmächtige, rechtlich nicht begründete Handlung begeht (Unterschlagung will ich es nicht nennen), wenn er die Zeitschrift nicht so, wie er sie vom Verleger erhält, seinem Kunden weitergibt.

Aber es sprechen da natürlich noch andere Gesichtspunkte mit.

2. Wenn der Sortimenter selbst Käufer der Zeitschrift ist. (Vesezirkel.)

Bei den bisherigen Erörterungen ist immer davon ausgegangen, daß der Sortimenter eine Zeitschrift für einen Kunden bestellt hat. Ich kann in diesem Falle den Sortimenter nicht als letzten Bezieher ansehen, sondern als den Ausführer eines Auftrags des Kunden. Er befindet sich in diesem Falle also rechtlich in der Stellung eines Mandatars (eines Beauftragten), § 667 des BGB.: »Der Beauftragte ist verpflichtet, dem Auftraggeber alles, was er zur Ausführung des Auftrags erhält und was er aus der Geschäftsbesorgung erlangt, herauszugeben.« Anders liegt es natürlich dann, wenn der Auftraggeber den Sortimenter ausdrücklich dazu ermächtigt hat, wenn er ihm also ein für alle Male gesagt hat, er wünsche die Zeitschriften ohne Beilagen, oder wenn er ihm möglichst billige Sendung, also Portoersparnis ans Herz gelegt hat. In allen solchen Fällen, in denen also der Sortimenter sich darauf berufen kann, nach den Wünschen seines Auftraggebers zu handeln, stellt sich die Herausnahme der Prospekte als etwas rechtlich Erlaubtes dar. Dies kann sogar unter Umständen auch ohne ausdrücklichen Auftrag oder gegen den Auftrag geschehen, wenn der Sortimenter im wohlverstandenen (und später gutgeheißenen) Interesse seines Auftraggebers handelt. Dafür darf auf § 665 des BGB. Bezug genommen werden, wo es heißt: »Der Beauftragte ist berechtigt, von den Weisungen des Auftraggebers abzuweichen, wenn er den Umständen nach annehmen darf, daß der Auftraggeber bei Kenntnis der Sachlage die Abweichung billigen würde. Der Beauftragte hat vor der Abweichung dem Auftraggeber Anzeige zu machen und dessen Entschließung abzuwarten, wenn nicht mit dem Aufschub Gefahr verbunden ist.«

Aus dieser Auffassung der Lage ergibt sich aber weiter, daß der Sortimenter, wenn er die Zeitschrift nicht für einen Kunden, sondern für sich selbst bezieht, berechtigt ist, mit der Zeitschrift zu machen, was er will, denn ebenso wie der Kunde darf er seine Zeitschrift beliebig benutzen, verändern, zerschneiden usw. Bezieht er die Blätter also für seinen Vesezirkel, so ist er eben der Bezieher, und er muß geschäftlich selbst wissen, ob die Benutzer seines Vesezirkels Wert darauf legen, Prospektbeilagen mit zu erhalten oder nicht. Jedenfalls ist das dann durchaus seine Sache, und ich könnte es nicht in der Verkehrssitte begründet finden, daß etwa der Benutzer eines Vesezirkels Anspruch darauf machen kann, alle Prospektbeilagen mit zu erhalten. Es liegt schon in der Natur der Sache, daß diese, wenn sie nicht eingeklebt sind, bei der Weitergabe verloren gehen, oder daß ein Abonnent des Zirkels auch die eingeklebten, wenn sie ihn interessieren, herausnimmt.

Weiter ergibt sich aus unserer Auffassung der Sachlage, daß der Sortimenter, der solche Veränderungen der Zeitschriften vornimmt, ohne dazu einen Auftrag des Kunden zu haben, aber in der Meinung, dem Kunden zu gefallen, sich in der Rechtslage eines Geschäftsführers ohne Auftrag befindet (§§ 677 u. f. des BGB.). Es kann auch da immer nur der Wille des Kunden rechtlich maßgebend sein, nicht etwa die geschäftliche Erwägung des Sortimenters im eigenen Interesse.

3. Besondere Abmachungen und Vertragsbedingungen des Verlegers und das wirtschaftliche Interesse des Sortimenters.

Um den Weg, der in diesem Interessenstreit zwischen dem Verleger und Sortimenter zweifellos besteht, sicherer zu machen, hat man die durchaus richtige Zuflucht zu besonderen Vertrags-

bedingungen genommen. Dahin gehört die Unterschreibung des Reverses des Vereins von Verlegern deutscher illustrierter Zeitschriften vom 20. Januar 1908. Dieser Revers dient dazu, die Weitergabe der Zeitschrift in der Gestalt, wie sie der Verleger zusammengestellt hat, an die Bezieher zu sichern. Es ist durchaus erklärlich und berechtigt, daß die Gestalt einer Zeitschriftennummer eine sorgsam abgewogene ist und sein muß, und wer z. B. weiß, daß in gut geleiteten Zeitschriften mit Sorgfalt unpassende Inserate und Beilagen vermieden werden, der wird ohne weiteres ein lebhaftes Interesse des Verlegers, der hier zugleich die Interessen der Redaktion und der Abonnenten vertritt, an der Unveränderlichkeit der Gestalt seiner Zeitschrift auch hinsichtlich des Inseratenteils zugeben.

Andererseits hat ja der Sortimenter auch ein erklärliches und gutzuheißendes Interesse daran, die Portospesen nicht zu sehr anschwellen zu lassen und nicht die Klame für Konkurrenten zu treiben. Diese beiden Gesichtspunkte sind wohl die maßgebenden bei der Opposition des Sortimenters. Beide Gesichtspunkte sind aber durchaus wirtschaftliche und lassen sich, so weit ich sehe, nicht als Rechtsgründe für die eigenmächtige Veränderung der Zeitschrift anführen. Das Recht ist freilich dazu da, wirtschaftliche Interessen zu schützen, und wie wohl aus diesen Ausführungen hervorgeht, möchte ich gerade die wirtschaftlichen Interessen beider Teile von dem Recht nachdrücklich geschützt sehen. Aber es gilt hier eben abzuwägen und zu betonen, welche rechtlichen Gründe für das betreffende wirtschaftliche Interesse die beachtenswerteren sind.

Da muß man denn wohl sagen, daß in dem modernen Wettbewerb es einen Schutz nur gegen unlautere Mittel gibt, im übrigen aber immer geschäftliche Anstrengungen des einen nur durch größere Anstrengungen des anderen weit gemacht werden können. Wendet also eine Versandbuchhandlung die großen Kosten auf, um einen Prospekt durch Zeitschriften zu verbreiten, und läßt sie naturgemäß ihre Firma als Bezugsquelle ausdrucken, so wüßte ich keinen rechtlich zureichenden Grund, der es einem Konkurrenten gestattet, diese Klame zu unterbinden. Freilich ist es bitter für den, der an dieser Vertriebsmanipulation mitwirken muß, obwohl sie ihm das Entgehen eines Gewinnes in Aussicht stellt. (Von einer Schädigung im juristischen Sinne des »damnum emergens« kann ja nicht die Rede sein.) Muß ja doch auch beispielsweise ein Apotheker Patentmedizinen führen und dabei die mit eingepackte Klame der chemischen Fabrik an den Kunden mit weitergeben, obgleich er vielleicht ein ganz ähnliches und demselben Zweck dienendes Präparat selbst herstellt und viel lieber und mit viel größerem Gewinn dieses verkaufen würde. Ich glaube, daß man gegenüber den geschäftlichen Anpreisungen eines anderen, selbst wenn man irgendwie an deren Verbreitung laut Vertrag (wenn auch zu eigenem Nachteil) mitwirken muß, dies nur durch Entgegensetzen einer eigenen Klame, aber nicht durch Unterdrückung des Klamemittels des anderen, an dessen Verbreitung man infolge anderer vertraglicher Verpflichtungen mitzutwirken hat, bekämpfen kann. Dieser im allgemeinen Verkehr zutreffende Rechtsatz wird m. E. beim Buchhandel, der überall auf Anstand hält, nicht falsch sein.

Richtig ist jedenfalls, was die Redaktion des »Börsenblattes« einmal (Nr. 274 v. 25. 11. 1911) gesagt hat: »Es empfiehlt sich u. E. für den Verleger in jedem Falle, wo die Entstellung oder Verstümmelung einer Zeitschrift durch Entfernung oder Beigabe ungeeigneter Beilagen zu befürchten steht, den Abnehmer durch Vertrag (Fakturaaufdruck) zu verpflichten, die Zeitschrift so in den Verkehr zu bringen, wie sie ihm von dem Verleger übergeben wird.« Eine derartige Verpflichtung muß der Vesezirkelhhaber ebenso gegen sich gelten lassen wie der Sortimenter, sofern sie

*) In den nicht mehr seltenen Fällen, in denen der Sortimenter Zeitschriften durch Grossisten bezieht, würde der Fakturaaufdruck zunächst nur für den Grossisten bindend sein, an den sich der Verleger halten müßte. Des Grossisten Sache muß es dann aber sein, die Vertragsbedingungen, die sich nach der Natur der Sache auf den Sortimenter und dessen Verkehr mit dem Publikum beziehen, seinerseits weiter mit dem Sortimenter zu vereinbaren.

(Fortsetzung auf Seite 6731.)