

»ehrbaren Kaufmanns« stehenden Rechtsprechung bei Schleuderprozessen die Wege bahnen hilft, ist für den Buchhandel auch deswegen von besonderer Bedeutung, als wir uns weder von der Anwendung des § 4, 3 der Verkehrsordnung, noch von der des § 16 der Verkaufsordnung einen Erfolg im Sinne des Herrn Schubert versprechen. Auch kann u. E. durch eine Feststellungsklage nur in den Fällen ein Erfolg erzielt werden, wo die Lieferung ohne jede Verpflichtung zur Einhaltung des Verkaufspreises entweder im Einverständnis mit dem Verleger oder durch ihn selbst erfolgt ist oder wo er ausdrücklich den Verkaufspreis freigegeben hat. Als »Veranstaltungen« oder »Maßnahmen« im Sinne dieser Paragraphen wird man immer nur solche Handlungen ansehen können, die auf einen billigeren Verkauf abzielen, nicht aber schon solche, die ihn (etwa durch einen billigeren Einkauf) ermöglichen.

Wie das Vorgehen der Firmen Philipp Reclam jun. Leipzig, Albert Koenig-Guben, Ullstein & Co. u. a. gezeigt hat, besteht selbstverständlich auf ihrer Seite das größte Interesse an einer Verhinderung der Preisschleuderei, und wenn ihre Bemühungen zum Teil ohne Erfolg geblieben sind, so wird man die Schuld gewiß zuletzt auf ihrer Seite suchen müssen. Eine recht zweischneidige Waffe im Kampfe gegen die Warenhäuser wäre die von Herrn Schubert vorgeschlagene Ergänzung des § 12 der Verkaufsordnung, und zwar auch dann noch, wenn sie nur für Ausnahmefälle zur Anwendung gelangen soll, da die Ausnahmen dann wohl bald die Regel bilden würden.

Die Stellungnahme des Oberlandesgerichts Jena zeigt, daß sich, unterstützt von den Gutachten der Handelsvertretungen, eine Rechtsauffassung vorbereitet, die den Verlegern den Weg zum Schutze gegen Preisunterbietungen weist. Wird dieser Weg weiter beschritten, so ist vielleicht auch die Zeit nicht mehr fern, wo der Börsenverein, als die berufliche Vertretung des deutschen Buchhandels, gerichtsrechts als hinreichend legitimiert angesehen wird, von sich aus diesen Preisunterbietungen ein Ende zu machen, ohne Rücksicht darauf, ob der Verleger in unmittelbarem Vertragsverhältnis zu dem Schleuderer steht oder dieser aus dritter Hand bezieht. Red.

III.

Die Firma E. Phillips Wwe. (Hauptverlag der österreichischen Tabakregie) in München hatte den Kolonialwaren- und Zigarrenhändler W. verklagt, weil er österreichische Spazigaretten unter dem vorgeschriebenen Preise verkauft hatte. Der Beklagte gibt zu, gewußt zu haben, daß die Klägerin Preise vorschreibe und deren Einhaltung in der eben angegebenen Weise ihren Abnehmern und Unterabnehmern zur Pflicht mache. Er ist aber der Meinung, die Preisvorschriften gingen ihn nichts an, da er beim Einkauf nicht auf deren Einhaltung verpflichtet worden sei und auch sein Lieferant keine solche Verpflichtung eingegangen sei.

Das Landgericht hat dem Beklagten durch Urteil untersagt:

1. gewisse Vorteils-gewährungen auf österreichische Zigaretten anzukündigen,
2. u. 3. österreichische Tabakfabrikate von vertraglich gebundenen Abnehmern oder Unterabnehmern der Klägerin und von den unmittelbaren oder mittelbaren Unterabnehmern dieser Zwischenhändler unter dem von der Klägerin vorgeschriebenen Weiterverkaufspreise abzunehmen und
4. die Tabakfabrikate, die er von gebundenen oder nicht gebundenen Zwischenhändlern erlangt habe, unter den von der Klägerin vorgeschriebenen Verkaufspreisen zu verkaufen.

Der beklagte Zigarrenhändler hat darauf Berufung bei dem Oberlandesgericht in Jena eingelegt. Der dritte Zivilsenat hat darauf nach dem am 4. Juli 1913 verkündeten Urteil das Urteil des Landesgerichts folgendermaßen abgeändert:

1. Der Beklagte darf Zigaretten der k. k. österreichischen Tabakregie nicht zu geringeren als den von der Klägerin festgesetzten Preisen verkaufen, soweit die Zigaretten nicht etwa nachweislich aus einem Zwangsverkauf (Zwangsvollstreckung, Konkurs) stammen.
2. Er darf nicht ankündigen, daß er auf österreichische Zigaretten Vorteile (Rabatt, Zugaben und dergleichen) gewähre, durch die der Preis der Zigaretten billiger wird, als der von der Klägerin festgesetzte Verkaufspreis. Er hat insbesondere die hiergegen verstößende Ankündigung, die sich bisher in seinem Schaufenster befand, zu beseitigen.
3. In jedem Falle, in dem er einem dieser Verbote zuwiderhandelt,

wird er mit einer Geldstrafe bis zu 1500 M oder mit einer Haftstrafe bis zu 6 Monaten bestraft werden.

Zum Verständnis des aus den Urteilsgründen nachstehend Angeführten, sei noch erwähnt, daß die billigere Abgabe darin bestand, daß der Beklagte formell 20 % »Zugabe« in Zigaretten gewährte. In den Urteilsgründen heißt es:

»Jedenfalls ist der Antrag, dem Beklagten die Ankündigung zu untersagen, daß er auf die österreichischen Zigaretten überhaupt Vorteile gewähre, die im Ergebnis zu einem niedrigeren Preise als dem von der Klägerin vorgeschriebenen führen, schon nach § 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb begründet. Denn ist es, wie noch auszuführen ist, unlauterer Wettbewerb, wenn der Beklagte die österreichischen Zigaretten unter dem vom Hauptverlag vorgeschriebenen Kleinverkaufspreise verkauft, und muß er diesen Verkauf unter dem Preis unterlassen, so ist es auch schon eine unzulässige Wettbewerbs-handlung, wenn er die Zigaretten unter dem vorgeschriebenen Preise anbietet, insbesondere durch Plakat in seinem Schaufenster, mag dieses Preisunterbieten auch in der Form einer »Zugabe« an Zigaretten geschehen.

Der Verkauf zu dem billigeren als dem festgesetzten Preise verstößt aber in der Tat gegen § 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb. Es handelt sich bei den österreichischen Regiezigaretten um einen sogenannten Markenartikel, der mit ersichtlichen Zeichen der Herkunft in den Verkehr gebracht wird und für den bestimmte Verkaufspreise festgesetzt sind. Die Einhaltung dieser Preise wird beim Warenbezug im regelmäßigen Geschäftsverkehr, also vom Fabrikanten, Hauptverleger oder deren Abnehmern und Unterabnehmern, auch regelmäßig zur Vertragspflicht gemacht, so daß alle Kleinhändler, die die Ware auf dem gewöhnlichen Wege bezogen haben, unter diese Preise nicht heruntergehen können. Wenn nun ein solcher Markenartikel von einem Kleinhändler, der ihn ausnahmsweise bekommen hat, ohne daß ihm die Einhaltung der Preisvorschrift zur Pflicht gemacht wurde, unter dem festgesetzten Preise verkauft wird, so liegt darin in der Regel eine Wettbewerbs-handlung, die gegen die guten Sitten verstößt.

Manche finden den Verstoß gegen die guten Sitten schon darin, daß der Händler, der einen solchen Artikel unter dem sonst geltenden Preise verkauft, dadurch den täuschenden Anschein erweckt, daß er überhaupt in allen seinen Waren günstigere Preise stelle, als andere Händler, und andererseits den Anschein, als ob die anderen Händler, (die sich an den von ihrem Lieferanten festgesetzten Preis vertragstreue halten) ungebührlich teure Preise hätten. In der hierdurch veranlaßten Täuschung des Verkehrs erblicken die Vertreter dieser Ansicht bereits das Sittenwidrige. Sie erklären es deshalb, von diesem Standpunkte aus folgerichtig, auch für unerheblich, ob der billiger Verkaufende durch seinen oder irgend eines Vormannes Vertragsbruch ohne die Auferlegung einer Preiseinhaltungspflicht in den Besitz der Ware gekommen ist, oder ohne solchen, etwa durch Erwerb aus einer Konkursmasse. (Mosenthal-Wehner /3 Ann. 121, 123 zu § 1 Unl. W.-Ges.)

So weit möchte indes der Senat nicht gehen. Er schließt sich vielmehr der in der Rechtsprechung herrschenden Auffassung an, daß das Sittenwidrige dieser Wettbewerbstätigkeit darin begründet liegt, daß der billiger Verkaufende dabei nicht nur die Gebundenheit seiner Wettbewerber ausnützt, sondern dies tut in dem Bewußtsein, daß nur ein Vertragsbruch ihn in den Stand setzt, andere, vertragstreue Händler zu unterbieten, mag er selbst die ihm auferlegte Vertragspflicht verletzen oder mag das irgendeiner seiner Vormänner getan haben, indem er seinem Nachmann die Preiseinhaltung nicht zur Pflicht machte. Denn auch eine derartige Ausnutzung des Vertragsbruchs anderer, um damit im Wettbewerb Konkurrenten aus dem Felde zu schlagen, die, wenn sie nicht ebenfalls vertragsbrüchig werden wollen, nicht in gleicher Weise mit dem Preise heruntergehen können, verstößt nach der Auffassung aller billig und gerecht denkender Kaufleute erheblich gegen den geschäftlichen Anstand und damit gegen die guten Sitten.

Die Auffassung des Senats läßt allerdings die Möglichkeit offen, daß solche Markenartikel dann ohne Verstoß gegen die guten Sitten unter dem festgesetzten Preise verkauft werden können, wenn der Weiterverkauf, der ohne Auferlegung der Pflicht, die Preise einzuhalten, geschah, ausnahmsweise keinen Vertragsbruch darstellte. Das ist der Fall, wenn die Waren in der Zwangsvollstreckung oder aus der Konkursmasse verkauft werden. Denn die Preiseinhaltungspflicht hat allerdings keine dingliche, das Eigentum an der Ware beschränkende Wirkung, sondern bindet nur persönlich den Vollstreckungs- oder Gemeinschuldner; der Vollstreckungsbeamte und der Konkursverwalter können daher die Ware versteigern oder freihändig verkaufen, ohne dem Erstecher die Verpflichtung auferlegen zu müssen, daß er die festgesetzten Verkaufspreise einhalte.

Aber es ist doch immerhin ein verhältnismäßig seltener Ausnahmefall, daß durch einen solchen Zwangsverkauf — also ohne daß Ver-