

Wenn also insoweit durch den Krieg der Bestand des Reklamevertrags nicht berührt wird, so ist andererseits zu bedenken, daß in vielen Fällen der Verleger, mag auch sein Blatt weiter erscheinen, gar nicht in der Lage sein wird, die von ihm geschuldete, nach dem Vertrage ausdrücklich oder stillschweigend vorausgesetzte Leistung während des Krieges zu bewirken. Man denke an den Fall, daß ein industrielles Unternehmen ein Erzeugnis anpreisen will, für dessen Absatz vorwiegend das Ausland in Betracht kommt, weshalb die Annonce in derjenigen deutschen Zeitung erscheint, die die größte Verbreitung im Auslande besitzt. Da nun während des Krieges der ausländische Leserkreis zu seinem größten Teile die Zeitung überhaupt nicht erhält, so befindet sich der Unternehmer in der »Unmöglichkeit« (§ 323 BGB.), die Leistung so zu bewirken, wie sie bei sinngemäßer Auslegung des Vertrags bewirkt werden müßte. Wie der Verkäufer eine Ware zu liefern hat, die »zu dem gewöhnlichen oder dem nach dem Vertrage vorausgesetzten Gebrauch tauglich ist«, so ergibt die sinngemäße Anwendung dieses Satzes auf den Reklamevertrag, daß der Verleger die ihm obliegende Leistung nur dann bewirkt, wenn der bei Vertragsabschluß zugrunde liegende Umfang und Inhalt des Blattes, sowie der Leserkreis während der Vertragsdauer annähernd dieselben bleiben. Dies sind wesentliche Voraussetzungen, die zweifellos den Entschluß des Bestellers zum Vertragsabschluß bestimmend beeinflussen haben. Gelangt während des Krieges das Druckwerk überhaupt nicht an seinen bisherigen Leserkreis oder erscheint es fortan in einer Form, in der es dem Leserkreis kein Interesse mehr bietet, dann ist unter Umständen — je nach Lage des Einzelfalles — festzustellen, daß der Verleger die ihm vertragsmäßig obliegende Leistung nicht bewirken kann. Es liegt der Fall nachträglicher schuldloser Unmöglichkeit im Sinne des § 323 BGB. oder subjektiven Unvermögens im Sinne des § 275 Abs. 2 BGB. vor. Die hier behandelte »Unmöglichkeit« braucht keine absolute oder physische zu sein, sondern es genügt ein Zustand, der wirtschaftlich der Unmöglichkeit gleichkommt. Nach § 242 BGB. ist der Schuldner nur zu derjenigen Leistung verpflichtet, die nach Treu und Glauben mit Rücksicht auf die Verkehrssitte gefordert werden kann. Was darüber hinausgeht, gilt als »Unmöglichkeit«. Ergeben sich aus dem zugrunde liegenden Rechtsgeschäfte keine Anhaltspunkte, so entscheidet die Verkehrsanschauung.

Im allgemeinen wird man bei verständiger Auslegung des typischen Parteiwillens für die Mehrzahl der Reklameverträge feststellen können, daß sie hinsichtlich des Umfangs, Inhalts und Leserkreises des in Frage stehenden Publikationsorgans unter der sogenannten clausula rebus sic stantibus abgeschlossen worden sind. Für die Feststellung der »Unmöglichkeit« ist das von entscheidender Bedeutung. Naturgemäß haben beide Parteien bei Vertragsabschluß wohl stets nur an den normalen Verlauf ihrer geschäftlichen Beziehungen gedacht. Hätten sie den Kriegsfall ins Auge gefaßt, dann würde der Verleger sicherlich nicht auf strenger Vertragserfüllung auch für den Fall bestanden haben, wo er hinsichtlich des Umfangs, des Inhalts und des Leserkreises seines Blattes das vertraglich vorgesehene Äquivalent gar nicht zu gewähren imstande ist; keinesfalls wäre der Besteller für diesen Fall die Vergütung zu zahlen bereit gewesen.

Der stillschweigende Vorbehalt gleichbleibender Verhältnisse kann zwar im allgemeinen, d. h. abgesehen von den besonderen Fällen der §§ 321 und 610 BGB., keine Geltung beanspruchen, doch schließt dies eine Prüfung der Frage nicht aus, ob nicht im einzelnen Falle oder auch bei einer ganzen Gattung von Verträgen einer Veränderung der Verhältnisse dennoch Bedeutung beizumessen ist, und zwar sowohl nach der Absicht der Parteien, als auch nach der Natur der Verträge unter Beachtung dessen, was Treu und Glauben mit Rücksicht auf die Verkehrssitte erfordern. Hierbei ist zu bemerken, daß bei Inseratverträgen der Zweck, den der Besteller verfolgt, weit offensichtlicher in die Erscheinung tritt, als etwa beim Kaufvertrage die Absicht des Käufers hinsichtlich der nutzbringenden Wertverwertung der Kaufsache. Trotzdem kann bei Reklameverträgen der Verleger selbstverständlich nicht dafür verantwortlich gemacht werden, daß etwa der mit der Reklame bezweckte Erfolg nicht eintritt. Denn jeder Reklamebe-

steller muß die Aussichten der von ihm erdachten Reklame sich klar machen. Im übrigen läßt sich naturgemäß ein genereller Leitsatz nicht aufstellen, vielmehr ist nur von Fall zu Fall eine Entscheidung möglich. Doch soviel läßt sich zur Abgrenzung sagen, daß regelmäßig nicht schon das mangelnde Interesse des Publikums für eine während des Krieges erscheinende Reklame die Feststellung rechtfertigt, die Leistung des Verlegers sei unmöglich geworden. Denn hier handelt es sich um eine Gefahr, die der Besteller auf sich nehmen muß, und die auch abgesehen vom Kriegsfalle durch mancherlei sonstige Ereignisse eintreten kann. Eine wenn auch noch so tiefgreifende Ablenkung der Aufmerksamkeit des Publikums kann den rechtlichen Bestand des Reklamevertrags im Regelfall nicht berühren.

Die zeitlich beschränkte Unmöglichkeit muß unter Umständen als eine dauernde im Rechtsinne gelten, wenn nämlich der Leistungszweck die volle, zeitlich nicht unterbrochene Leistung erfordert. Auch hier wird also der Besteller frei, wenn die Erfüllung des Vertrags nach dem Friedensschluß für ihn keinen Sinn mehr hat. Hierbei ist zu berücksichtigen, daß die von einem Unternehmen für Reklame ausgegebenen Summen in der Regel nur nutzbringend sind, wenn sie ihre Ergänzung finden durch die erforderliche vorbereitende und unterstützende Tätigkeit, sei es daß diese von den Inhabern des Unternehmens bei der Herstellung oder Beschaffung der in Frage stehenden Ware auszugehen hat, sei es daß die Reisenden oder Agenten die als Abnehmer in Betracht kommende Kundschaft vor oder nach Erscheinen der Reklame besucht haben müssen. Selbst wenn man also von der nach dem Kriege unter Umständen ganz veränderten wirtschaftlichen Konjunktur absieht, so kann aus allen möglichen Gründen, vielleicht auch gerade wegen der stattgehabten Unterbrechung im Erscheinen der Annoncen, die Erfüllung des Reklamevertrags für den Besteller keinen Zweck mehr haben.

Soweit nur eine teilweise Unmöglichkeit vorliegt, muß der Besteller die zu zahlende Vergütung nach Maßgabe der §§ 472 und 473 BGB., also verhältnismäßig, bezahlen. Aber eine teilweise Unmöglichkeit liegt nicht etwa stets dann vor, wenn eine auf einen längeren Zeitraum gleichmäßig verteilte Reklame zum Teil schon erschienen ist. Vielmehr ist hier zu bedenken, daß einer guten Reklame stets ein bestimmter Plan zugrunde liegt; die Wirkung der einzelnen Annoncen ist so ausgerechnet, daß ihr Erscheinen in stetiger Wiederholung während einer im voraus fest bestimmten Zeit vorgeesehen wird. Lag nun etwa die Hälfte dieser Zeit vor dem Kriegsausbruch, dann ist dem Besteller meistens nicht damit gedient, daß die andere Hälfte nach dem Friedensschluß nachfolgt. Diese in zwei Hälften zerrissene Reklameaktion hat für sein Unternehmen unter Umständen überhaupt keinen Wert.

Unsere Berufsgenossen im Felde.

I. Deutsche Armee.

XXXIX.

(XXXVIII siehe Nr. 249.)

Name und Vorname:	Firma:	Dienstgrad u. Truppenteil:
Bach, Johs.	i. P. Moritz Schauenburg in Lahr	Festungstelegraphist.
Benedek, Henry	Gesellsch.: Amelang'sche Buch- u. Kunsth. G. m. b. H. in Charlottenburg	Leutnant d. L. u. Kompagnieführer i. Landw.-Inf.-Rgt. Nr. 24.
Böhler, Albert	Mitinh.: Böhler & Rede in Frankfurt a. M.	Kriegsfreiw. im Inf.-Rgt. Nr. 80, Ers.-Bat.
Danzeisen, Albert	i. P. Moritz Schauenburg in Lahr	Kriegsfreiw. im Feld-Art.-Rgt. Nr. 66.
Dewitz, Otto	i. P. J. Dewitz in Bad Tölz	Einj.-Freiw.-Unteroff. i. bayer. Inf.-Rgt. Nr. 20.
Göhringer, Wilhelm	i. P. Moritz Schauenburg in Lahr	Unteroff. im Inf.-Rgt. Nr. 239.
Göb, Richard	i. P. Moritz Schauenburg in Lahr.	Ers.-Inf.-Rgt. Nr. 110.
Gauff, Bruno	i. P. R. Oldenbourg in München	Kriegsfreiw. im 1. bayer. Fuß-Art.-Rgt.
Köppel, Eberhard	i. P. Gebr. Köppel in Oschersleben	Inf.-Rgt. Nr. 27.
Krais, Walter	i. P. Felix Kraus in Stuttgart.	Leutn. d. Res. im Württ. Feld-Art.-Rgt. Nr. 65.
Rauch, Fritz	i. P. Moritz Schauenburg in Lahr	Inf.-Rgt. Nr. 240.