

Anspruch auf Provision habe, der den Bestellschein dem Verleger übergibt. Die Entscheidung lautet:

»Bemühen sich mehrere Agenten um einen Auftrag, so wird, nach Billigkeit, demjenigen die Provision zugesprochen werden, der den Nachweis erbringen kann, daß die Erteilung des Inserat-auftrages besonders auf seine Bemühungen zurückzuführen ist, gleichviel, ob er selbst oder ein anderer den Auftrag überbringt.«

Wann hat nun der Inseratagent die erhaltene Provision zurückzuzahlen? Der Verleger zahlt dem Akquisiteur selbstverständlich die Provision unter der Voraussetzung, daß der Betrag der Rechnung auch bei ihm eingeht. Das ist so einleuchtend, daß man meinen sollte, ein solcher Standpunkt bedürfe keiner Begründung. Vor mir liegt nun eine Entscheidung des Berliner Amtsgerichts aus dem Jahre 1898 in einer Streitsache einer Fachzeitung gegen einen Inseratagenten. Es war von diesem ein Auftrag eines Ofenfabrikanten eingeliefert und (obwohl der Agent nicht ständiger Vertreter war, aber gelegentlich immer einwandfreie Aufträge gebracht hatte) sofort die Provision gezahlt worden. Der Inserent zahlte überhaupt nicht, ließ sich verklagen, die Pfändung war fruchtlos. Der Verleger klagte gegen den Agenten auf Rückzahlung der Provision. Die Klage wurde vom Amtsgericht abgewiesen mit der Begründung:

»Ein Inseratagent, welcher nur gelegentlich einer Firma Aufträge überbringt und nicht ausdrücklich das Vorkredere für seine Kundschaft übernimmt, hat die erhaltene Provision nicht zurückzuzahlen, selbst dann nicht, wenn er nicht die Sorgfalt eines ehrbaren Kaufmanns anwendet.«

Damit war im Grunde den mehrlichen Inseratagenten Tür und Tor geöffnet und der Verleger gegen den Provisionschwindel machtlos. Glücklicherweise stehen heute alle Handelsgerichte und Handelskammern auf dem entgegengesetzten Standpunkt, und die Entscheidung ist heute wohl allgemein so, daß der Agent bei Nichteingang des Betrags dem Verleger die Provision zurückzuerstatten hat. Die Berliner Handelskammer (3977/90) spricht es ausdrücklich aus:

»Mangels entgegenstehender Vereinbarung ist nach allgemeinem Handelsbrauche der Verleger berechtigt, die dem Agenten für den Abschluß eines Inserat-auftrages gezahlte Provision von diesem wieder zurückzufordern, wenn, eine ordnungsmäßige Einziehung vorausgesetzt, der Inseratenbetrag später von dem Auftraggeber nicht eingeht.«

Der sehr wichtige Passus: »eine ordnungsmäßige Einziehung vorausgesetzt« wird aber häufig übersehen. Der Bestellschein lautet immer auf Barzahlung. Gewöhnlich sind auch die Zahlungstermine (monatlich, viertel- oder halbjährlich) genau angegeben. Wenn ein Verleger, abweichend von den Abmachungen, Wechselkredit gibt, den Wechsel womöglich noch prolongiert und so die Zahlungen weit hinauschiebt, so ist der Agent, sofern der Besteller nach den Terminen zahlungsunfähig wird, nicht mehr für die Provision haftbar. Das Gleiche ist der Fall, wenn der Verleger sich weigert, seine Beträge im ordentlichen Klagewege einzutreiben. Es ist durchaus Pflicht des Verlegers, ehe er die Provision zurückfordert, die gerichtliche Eintreibung vorzunehmen. Nur da, wo der Inserent gerichtsnotorisch besitzlos ist und den Offenbarungseid geleistet hat, kann der Agent auch ohne Verfahren zur Rückzahlung angehalten werden. Dagegen braucht ein Agent noch keine Rückzahlung zu leisten, wenn der Inserent in Konkurs gerät. Die Entscheidung der Berliner Handelskammer (4102/10) lautet:

»Der Rückzahlungsanspruch des Verlegers ist erst begründet, wenn die Höhe des Ausfalles bestimmt feststeht. Es ist in diesem Falle seitens des Agenten, nach Ansicht der beteiligten Kreise, die Provision nur in Höhe des der Konkursquote entsprechenden Prozentsatzes zurückzuzahlen, so daß, wenn beispielsweise die Konkursquote 50% beträgt, der Agent auch nur die Hälfte seiner Provision zurückzuerstatten hat.«

Übrigens ist, wie gerichtsseitig festgestellt ist, der Verleger nicht verpflichtet, wegen eingetretener Insolvenz die weitere Einziehung von Inseraten einzustellen.

In Kriegszeiten ist es häufiger vorgekommen, daß der Verleger aus Rentabilitätsgründen vom Weitererscheinen einer Zeitschrift Abstand nahm und sie einfach eingehen ließ. Der Agent kann nun nicht zur Rückzahlung von Provisionen für noch laufende, aber dadurch nicht erledigte Aufträge in Anspruch genommen werden. In diesem Fall hat der Verleger auch den Schaden zu tragen.

Sehr viel Differenzen entstehen bezüglich der Prolongationsgebühren. Es bestehen wohl bei jedem Zeitschriftenverleger besondere Abmachungen darüber. Im allgemeinen werden Prolongationen wie Originalaufträge honoriert, einzelne Verleger kürzen die Vergütung für Prolongationen um 5—10 Prozent. Die Differenzen entstehen meist, wenn der Verlag die Prolongation eines Inserat-auftrags selbsttätig durch sein Bureau bewirkt oder wenn der Kunde von sich aus die Wiederholung der Anzeigen beantragt. Die Berliner Handelskammer fällt im Jahre 1908 folgende Entscheidung:

»Nach Handelsgebrauch darf ein Agent für Zeitungsinserate, der einen Auftrag zur Aufnahme eines Inserates zwischen einem Verlage und einem Inserenten für zunächst ein Jahr vermittelt hat, nicht bloß für dieses Jahr, sondern auch, falls dieser Auftrag von den Kontrahenten, sei es mit, sei es ohne seine Mitwirkung, auf ein weiteres Jahr prolongiert wird, auch für die Zeit, für die der Auftrag prolongiert worden ist, Provision beanspruchen.«

Später hat dieselbe Kammer ihre Entscheidung aber genauer festgelegt (17 502/09). Danach tritt die vorgenannte Provisionszahlung nur ein, wenn es sich um einen im Geschäft angestellten oder regelmäßig tätigen Agenten handelt. Sogenannte fliegende Agenten oder Inseratbureaus, die dem Verlag nur gelegentlich Aufträge überweisen, können nicht ohne weiteres Prolongationsprovision verlangen, besonders dann nicht (und das wird fast immer der Fall sein), wenn der Verleger direkt korrespondiert und mit dem Inserenten wegen Weiterinsertion verhandelt hat.

Das wären im großen ganzen die Fragen, die sich im Verkehr zwischen Verleger und Inseratagenten abspielen. Ich habe sie in langer Praxis gesammelt und hoffe, daß sie zur Beseitigung mancher Mißhelligkeiten und Vermeidung gerichtlicher Klagen beitragen werden.

Sperlings Zeitschriften-Adressbuch. Die deutschen Zeitschriften und hervorragenden politischen Tagesblätter Deutschlands, Oesterreichs und der Schweiz. Hand- und Jahrbuch der deutschen Presse. Neunundvierzigste Ausgabe 1915, herausgegeben von H. O. Sperling. 1915, Verlag von H. O. Sperling in Stuttgart. Ladenpreis geb. M 6.—.

Der »Sperling« gehört längst zum eisernen Bestande der buchhändlerischen Hilfsmittel des Verlegers und Sortimenters. Oder sollte wenigstens dazu gehören. Für jeden, der das schwierige Instrument der Presse zu benutzen hat, das so notwendig ist, nicht nur für unseren Beruf, sondern auch für das ganze öffentliche Leben überhaupt, ist dieses Adressbuch zum unentbehrlichen Handwerkszeug geworden. Insbesondere auch deshalb, weil es von einem Fachmann bearbeitet ist, der sich in den Bedürfnissen des Buchhandels aus eigener langjähriger Erfahrung gründlich auskennt und das Adressbuch diesen Bedürfnissen entsprechend gestaltet hat. Unsere älteren Berufsgenossen werden sich noch der Saendelschen Inseraten-Versendungsliste erinnern als eines schwächlichen Heftchens, das in keiner Weise sich vergleichen läßt mit dem stattlichen Bande, den der spätere Herausgeber, nachdem diese Liste in seine Hände übergegangen war, in stetiger, bessernder Arbeit daraus gemacht hat. Was das Sperlingsche Zeitschriften-Adressbuch vor allem für unseren Beruf so wertvoll macht, ist seine genaue bibliographische Bearbeitung. Je größer das Gebiet der Zeitschriften wurde, desto schwieriger ist es geworden, sich darin zurechtzufinden und desto mehr ist der Wert dieses Buches gewachsen.

Für den Verleger ist dieses Handbuch wichtig nicht nur in bezug auf die sorgsame Auswahl der Blätter, die er für seine Anzeigen benutzen will, sondern auch für die Versendung der Rezensionsexemplare. Da bei jeder Zeitschrift außer den Verlegerfirmen auch die Namen der Redakteure und Herausgeber und das Gründungsjahr angegeben sind, so