

Der Ladenpreis.

Von Rechtsanwält Dr. Wilh Hoffmann Leipzig.

I. Begriff und Festsetzung.

1. Der Ladenpreis eines Verlagswerkes ist der vom Verleger bestimmte und nach buchhändlerischem Gebrauche kundgemachte Preis, zu dem das neue Exemplar des Werkes vom Sortimenter an das Publikum verkauft wird. (So buchhändlerische Verkehrsordnung § 4 a, Verkaufsordnung für den Verkehr des Deutschen Buchhandels mit dem Publikum § 5 Ziffer 1). Daraus folgt:

Die Bestimmung des Ladenpreises — sowie der Netto-, Serien-, Partie- und Vorzugspreise und der übrigen Bezugsbedingungen (vergleiche §§ 11—13 der Verkaufsordnung) — erfolgt gemäß § 21 Verlagsgesetzes einseitig durch den Verleger, sei es für das geschlossene Werk oder für die Lieferung eines Lieferungswerkes. Diese Gesetzesbestimmung wird dadurch gerechtfertigt, daß der Verleger im Regelfalle das wirtschaftliche Risiko des Verlagswerkes trägt, da die Verbielfältigung und Verbreitung auf seine Kosten geschieht. Der Verfasser hat ein Mitbestimmungsrecht nur dann, wenn ihm das vertraglich eingeräumt ist, und dies gilt auch für den Fall, daß der Verfasser Anteil am Absatze oder Gewinn hat (vgl. unten).

Das Verlagsgesetz hat, wie die Begründung seines Entwurfs Seite 74 hervorhebt, die in einzelnen Gesetzen sich findenden Vorschriften, daß der Verleger den Preis nicht übermäßig hoch bestimmen dürfe, nicht aufgenommen, weil diese unbestimmte Fassung leicht Zweifel und Zwiste hervorrufen kann. Aber indem das Verlagsgesetz eine einseitige Befugnis des Verlegers zur Festsetzung des Ladenpreises aufstellte, sind die Interessen des Verfassers nicht unberücksichtigt geblieben. Denn wenn der übermäßig hohe Ladenpreis den Absatz des Werkes beeinträchtigen oder nicht ermöglichen würde, so hätte der Verleger seiner im § 1 und § 14 des Verlagsgesetzes begründeten Verbreitungspflicht nicht genügt. Diese Verbreitung erfordert ja nicht nur, daß der Verleger sich um den Vertrieb bemüht, die branchenüblichen Maßnahmen zur Bekanntmachung und zum Absatz trifft, sondern auch, daß er alles unterläßt, was auf den Absatz des Werkes hindernd einwirken könnte. Die Verbreitungspflicht des Verlegers umfaßt somit zwei Aufgaben, eine positive, das Werk in den Handelsverkehr zu bringen, um es den Interessenten zugänglich zu machen, und eine negative, auf den Absatz des Werkes nicht durch ungeeignete Maßnahmen störend einzuwirken (vorzeitige Bekanntgabe ohne die Möglichkeit, bestellte Werke auszuliefern, nachträgliches Erscheinen bei aktuellen oder Saisonverlagswerken, Verlegen eines konkurrenzfähigen Werkes in Schädigungsabsicht). Das Gesetz spricht nur von einer Verbreitungspflicht. Verbreiten heißt nun nach herrschender Lehre (so Kohler, Urheberrecht S. 181; Riezler, Urheber- und Erfinderrecht, S. 258; Urteile des Reichsgerichts in Zivilsachen, Band 63, S. 394, Band 69, S. 243), das Werk breiteren Schichten als den mit seiner Herstellung unmittelbar befaßten Persönlichkeiten zur Kenntnis zu bringen. »Als Verbreitung ist in Übereinstimmung mit dem Sprachgebrauch des bisherigen Gesetzes jede Überlassung eines Exemplars zu verstehen, nicht aber die bloße Mitteilung seines Inhalts« (Begründung zum Entwurf des Urhebergesetzes, Seite 21). Diese herrschende Lehre ist aber mit de Boor (Urheber- und Verlagsrecht 1917, Seite 127 ff), als zu eng abzulehnen. Verbreiten ist vielmehr die Gesamtheit der Vorgänge, die das Buch vom Verbielfältiger in die Hand des Lesers bringt. Denn nur für diesen ist das Werk bestimmt, das aus der Geisteswelt des Schöpfers eingehen will in das Geistesgut der Allgemeinheit. Eine Stütze für die vorgetragene Auffassung findet sich (de Boor, Seite 133) auch im Gesetze, denn die Ausnahmebestimmung des § 11 Absatz 1 des Urhebergesetzes, wonach die ausschließlichen urheberrechtlichen Befugnisse des Verfassers sich nicht auf das »Verleihen« (gemeint ist das Vermieten im Sinne des BGB) beziehen, braucht, wenn man sich der herrschenden Ansicht anschließt, nicht erst hervorgehoben zu werden, da sie selbstverständlich ist, wenn die gewerbmäßige Vermietung des Buches durch den Verfasser oder Verleger er-

folgt, und da eine Einwirkung des urheberrechtlich Geschützten auf Dritte (vgl. unten unter 3) nicht möglich ist. Wohl aber bekommt diese Ausnahmestellung einen Sinn, wenn man das Verbreiten im oben erwähnten Sinne auffaßt, da die Verbreitung in diesem Falle sich mit Kenntnis des Lesers vollendet.

Aus dieser Auslegung des Begriffs Verbreitung aber erhellt, daß die Verbreitungspflicht des Verlegers, abgesehen von Maßnahmen, die geeignet sind, die Tatsache des Erscheinens des Werkes weiteren Schichten des Publikums zur Kenntnisnahme zu bringen, auch die Unterlassung aller Handlungen umfaßt, die den Erwerb des Werkes durch das Publikum, den Absatz erschweren.

Beweispflichtig für mangelnde Ausführung der Verbreitungspflicht ist der Verfasser, und seine Beweislast erstreckt sich auch darauf, daß bei niederem Ladenpreise Absatz möglich gewesen wäre, daß mithin die einseitige Preisfestsetzung des Verlegers die Ursache des mangelnden Absatzes ist. Gelingt dieser schwierige Beweis, so erwächst dem Verfasser nach § 32, 30 Verlagsgesetz Anspruch auf Erfüllung oder nach Fristsetzung Anspruch auf Schadenersatz wegen Nichterfüllung oder Rücktrittsbefugnis. Der Anspruch auf Erfüllung der Verbreitungspflicht geht in diesem Falle auf Herabsetzung des Ladenpreises auf die angemessene Höhe.

Besonders gilt dies für den Verlagsvertrag mit Gewinnbeteiligung (vgl. von Dadelen im Archiv für bürgerliches Recht, Band 40, Seite 357 ff.). Die Natur eines solchen Vertrages ist auch heute noch nicht völlig geklärt. Der Ausspruch des Reichsgerichts (RGZ., Band 78, Seite 298; Band 81, Seite 238; Band 87, Seite 215), daß es hierbei sich um ein gesellschaftsähnliches Verhältnis handle, findet sich bereits in der Begründung des Entwurfs des Verlagsgesetzes (Seite 75), der in seinem § 21 Absatz 2 die Bestimmung getroffen hatte: »hängt die dem Verfasser berührende Vergütung von der Höhe des Preises ab, so darf der Preis nur im Einverständnis mit dem Verfasser bestimmt oder geändert werden«. (Über das Schicksal dieser Bestimmung des Entwurfs vgl. Kuhlenbeck, Urheber- und Verlagsgesetz 1901, Seite 254.) Allerdings ist das im Entwurf vorgesehene Verhältnis mit dem hier zu besprechenden nicht identisch, da der Entwurf an den Fall dachte, daß das Verfasserhonorar von der Höhe des Ladenpreises abhängt, während die Gewinnbeteiligung die Existenz eines Gewinnes, gleichgültig, wie hoch der Ladenpreis sei, voraussetzt. Ein solcher Vertrag ist, worauf von Dadelen besonders hinweist, von dem in § 24 Verlagsgesetzes geregelten Falle verschieden, denn bei diesem bestimmt sich das Verfasserhonorar nach dem Absatz, also ohne Rücksicht auf einen Gewinn.

Der Verlagsvertrag mit Gewinnbeteiligung ähnelt einer Gelegenheitsgesellschaft oder der Beteiligung eines anderen bei dem einzelnen Handelsgeschäft, auf die die Vorschriften über die Gesellschaft des BGB. (vgl. RGZ. Band 13, Seite 230) Anwendung finden. Wie aber von Dadelen überzeugend nachgewiesen hat, setzt das eine Gesellschaft des BGB. begründende gemeinschaftliche Zwecke voraus, daß der Erfolg des in der Gesellschaft Erreichten den Beteiligten unmittelbar zugute kommen soll. Es liegt somit dann eine Gesellschaft nicht vor, wenn der Gewinn aus dem Geschäft, gleichgültig, ob es von allen Gesellschaftern geführt worden ist, nur in der Person der einen Partei entsteht, die obligatorisch verpflichtet ist, der anderen einen Teil davon abzugeben. Weil gerade dieses Verhältnis beim Verlagsvertrag mit Gewinnbeteiligung besteht, fehlt diesem Vertrag der Gesellschaftscharakter. Er ist seiner juristischen Natur nach ein reiner Verlagsvertrag mit eigenartigem Inhalt.

Das Verhältnis zwischen Verfasser und Verleger ähnelt der stillen Gesellschaft des Handelsgesetzbuches, bei der im § 335 BGB. der Gewinn aus dem Handelsgeschäft nur in der Person des Inhabers des Handelsgeschäfts entsteht, während der stille Gesellschafter nur einen obligatorischen Anspruch in Höhe seiner Gewinnbeteiligung gegen den Geschäftsinhaber hat.

Allein als stille Gesellschaft ist der Verlagsvertrag mit Gewinnbeteiligung deswegen nicht anzusehen, weil die Beteiligung des Verfassers sich nicht auf das Handelsgewerbe des Verlegers oder zum mindesten auf einen selbständigen abgegrenzten Teil