

artikeln eigen ist; daraus folgt der Grundsatz, daß die Feststellung des Kleinverkaufspreises durch den Verleger geschieht. Während dies aber früher nur durch ausdrücklichen oder übungsmäßig bestimmten Vertrag zwischen Verlegern und Sortimentern festgelegt wurde, so daß sich daraus nur Rechte und Pflichten zwischen den einzelnen Verlegern und dem einzelnen Sortimenter ergaben, machte nunmehr der Börsenverein, der ja sowohl Verleger wie Sortimenter umfaßt, die Einhaltung des Ladenpreises auch zu einer Vereinspflicht, d. h. einer Verpflichtung seiner Mitglieder gegenüber dem Verein.

Dies geschah zunächst, um zu verhindern, daß ein Buch zu einem billigeren Preise, als dem vom Verleger festgesetzten, verkauft werde. Es sollte aber auch umgekehrt nicht teurer als zu diesem Preise verkauft werden, da der Verleger selbstverständlich, wie jeder Fabrikant von »Markenartikeln«, um des einheitlichen Preises willen gerade auch hieran ein entscheidendes und besonders schutzwürdiges Interesse hat. Demgemäß sagt schon der Entwurf der »Grundordnung für den buchhändlerischen Geschäftsverkehr« 1888 in § 12: »Der Sortimenter ist nicht berechtigt, ein Buch teurer als zu dem vom Verleger festgesetzten Ladenpreise an das Publikum zu verkaufen; ebenso darf er nicht billiger verkaufen« (Reformbewegung, Band III, S. 4).

Aus dieser »Grundordnung« wurden dann die beiden Ordnungen, die jetzt als »Buchhändlerische Verkehrsordnung« für den Verkehr der Buchhändler untereinander und als »Verkaufsordnung für den Verkehr des Deutschen Buchhandels mit dem Publikum« bezeichnet werden. Beide wiederholen zunächst auch ihrerseits den von der Satzung aufgestellten Grundsatz:

»Verkehrsordnung § 4 a: Der Verleger bestimmt den Ladenpreis, zu dem seine Verlagsartikel an das Publikum zu verkaufen sind . . .«

und Verkaufsordnung § 5, Ziffer 1:

»Beim Verkauf neuer Bücher an das Publikum ist der vom Verleger festgesetzte Ladenpreis einzuhalten.«

Dieser in den Rechtsquellen des Börsenvereins somit dreifach verankerte Grundsatz bindet selbstverständlich auch den Verleger selbst, siehe Verkaufsordnung § 10:

»Der Verleger ist nicht berechtigt, . . . selbst unter dem Ladenpreis zu verkaufen, solange dieser dem Gesamtbuchhandel gegenüber fortbesteht.«

Da der Ladenpreis nur für den Verkauf an das »Publikum« gelten soll, der Verleger aber nicht gehindert ist, an gewerbmäßige Wiederverkäufer, auch wenn sie nicht »Buchhändler« sind, unter dem Ladenpreis zu verkaufen, war es dabei ebenso erforderlich wie zulässig, daß der Börsenverein auch die Grenzen zwischen beiden Kategorien in einigen zweifelhaften Punkten festsetzte, wie dies in § 3 der Verkaufsordnung durch Bestimmung des Begriffs »Publikum« im einzelnen geschah. Der Grundsatz des festen Ladenpreises bedeutet im übrigen ein Doppeltes:

- a) Der Verleger ist es, der den Ladenpreis seiner Werke festsetzt, und
- b) dieser Ladenpreis ist für den ganzen Buchhandel bindend.

Von dem Satze a) kennen die Rechtsquellen des Börsenvereins keine Ausnahme: sie beschränken also den Verleger in keiner Weise, den Ladenpreis, wenn er einen solchen bestimmen will, so zu bestimmen, wie er es für gut findet.

Dagegen ist der Satz b) kein ausnahmsloser: der vom Verleger festgesetzte Ladenpreis ist zwar die Norm, an die der Sortimenter wie der Verleger gebunden ist, aber Satzungen und Ordnungen sehen besondere Umstände vor, bei deren Vorliegen von dem festgesetzten Ladenpreise nach unten oder oben soweit abgewichen werden darf, als dies eben da festgesetzt oder zugelassen ist. So darf der Sortimenter innerhalb der von den örtlichen Vereinen erlassenen und statutenmäßig bestätigten Bestimmungen »Abzüge vom Ladenpreis (Skonto, Rabatt)« gewähren, Verkaufsordnung § 5, Ziffer 2; der Verleger seinerseits darf in den Ausnahmefällen der Satzung § 3, Ziffer 3, Absatz 2, Satz 2, sowie der Verkaufsordnung §§ 11 bis 13 zu Vorzugspreisen liefern. Andererseits sieht die Verkaufsordnung § 7 vor, daß die Sortimenter Werke, die geringer als zu 30% rabattiert sind,

»mit einem entsprechenden Aufschlag verkaufen dürfen«; in der Erläuterung zu der Verkaufsordnung heißt es hierzu: Wird dem Sortimenter unter bestimmten Voraussetzungen »die Möglichkeit ausdrücklich zugesprochen, neben dem Ladenpreis Spesen zu berechnen, so bleibt selbstverständlich das Recht des Verlegers, den Ladenpreis zu bestimmen, bestehen. Bei der herrschenden Konkurrenz ist nicht anzunehmen, daß sich aus dieser Spesenberechnung je erhebliche Übelstände ergeben werden« (Ausgabe der Verkaufsordnung von 1920).

Hier wird also, schon vor der Notstandsordnung, ein Verkauf über Ladenpreis in den Rechtsquellen des Börsenvereins für bestimmte Fälle als zulässig vorgeesehen; aber dieser § 7 der Verkaufsordnung unterscheidet sich dabei aufs charakteristischste von derjenigen Regelung, nach deren satzungsmäßiger Zulässigkeit ich gefragt bin. Es wird in § 7 nicht ein bestimmter Zuschlag von Vereins wegen festgesetzt, sondern nur ein vom Sortimenter selbst zu berechnender Aufschlag gestattet. Ein solcher Aufschlag ist nach § 7 nicht obligatorisch, sondern steht im freien Belieben des einzelnen Sortimenters. Vor allem aber ist der Aufschlag nicht für den Verleger selbst verbindlich, der seinerseits nur eben den »Ladenpreis« einzuhalten hat und daher seine Verlagsartikel, ganz gleichgültig, wie er sie dem Sortimenter rabattiert, an das Publikum stets zum Ladenpreis abgeben kann. Ob dieser § 7 tatsächlich einen Einfluß auf die Bemessung der Rabatte ausgeübt hat, ob er vielfach angewendet wurde oder nicht, ist mir unbekannt. Rechtlich ist die Sachlage jedenfalls so, wie oben geschildert, d. h. der Börsenverein verbietet dem Verleger nach dem dargelegten Satzungsinhalt niemals, zu seinem »Ladenpreis« zu verkaufen; noch weniger verpflichtet er ihn, unter irgendwelcher Voraussetzung teurer zu verkaufen, d. h. vom Publikum, dem er direkt liefert, irgendwelche Zuschläge zum Ladenpreis zu nehmen.

2.

Alles das würde bei der nun zur Debatte stehenden neuen Ordnung völlig geändert: Der Verleger würde zwar nach wie vor einen Geldbetrag bezeichnen, den er als den »Preis« seines Buches für richtig hält; dieser Betrag würde auch bei der Berechnung des von ihm den Sortimentern gewährten Rabatts zugrundegelegt; dieser Betrag wäre aber nicht derjenige, den das Publikum für das Buch zu zahlen hätte; vielmehr hätte es diesen Betrag plus der vereinsmäßigen Zuschläge, also z. B. 110 oder 120% des vom Verleger »festgesetzten« Betrages zu zahlen, und der so errechnete höhere Betrag wäre als obligatorischer Verkaufspreis bei jedem, sei es von einem Sortimenter, sei es vom Verleger selbst, erfolgenden Verkaufe an das Publikum einzuhalten, d. h. seine Einhaltung wäre zwingende Pflicht dem Verein gegenüber, durch alle vereinsmäßigen Zwangs- und Machtmittel, letztlich durch Ausschließung des Mitglieds geschützt.

Ist der Börsenverein berechtigt, eine derartige Neuordnung einzuführen? Diese Frage kann deutlicher dahin formuliert werden: Wäre die Einführung einer solchen Neuordnung durch die Satzungen des Börsenvereins gedeckt? oder wäre sie im Gegenteil satzungswidrig, so daß sie nur vielleicht auf dem Wege einer Satzungsänderung eingeführt werden könnte, und dann weiter zu fragen wäre, ob und evtl. unter welchen formalen Voraussetzungen eine solche Satzungsänderung zulässigerweise vor sich gehen könnte?

Daß ein Beschluß der Hauptversammlung oder des Vorstandes nur dann bindende Kraft für alle Mitglieder hat, wenn er satzungsgemäß ist, ist selbstverständlich und übrigens in § 2, Ziffer 4 und § 3, Ziffer 3 der Satzungen ausdrücklich gesagt (»Pflicht, die satzungsgemäßen Beschlüsse zu befolgen«). Aber auch die »Ordnungen« des Börsenvereins stehen nicht auf einer Linie mit der Satzung, sondern unter ihr. Zwar gehören Änderungen sowohl der Satzungen wie der Ordnungen zur Zuständigkeit der Hauptversammlung (Satzungen § 14, Ziffer 7, f. a. Ziffer 8); aber während für eine Änderung der »Ordnungen« die gewöhnlichen Abstimmungsgrundsätze gelten (§ 17a: Mehrheit der Anwesenden und Vertretenen), sind Satzungsänderungen an besondere Vorschriften gebunden (§ 56: eine Hauptversammlung muß den Änderungsantrag einem außerordent-