

lichen Ausschuss zur Vorprüfung überweisen und dann eine zweite Hauptversammlung ihn mit $\frac{2}{3}$ -Mehrheit der Erschienenen ohne Stimmvertretung annehmen). Schon hiernach ist es wiederum selbstverständlich, daß der Börsenverein eine Neuerung, die eine Änderung der Satzung darstellt, nicht auf dem Weg einer einfachen Änderung der »Ordnungen« einführen kann. Es ergibt sich das aber auch aus den Ordnungen selbst. Insbesondere sagt die Verkaufsordnung, um die es sich hier vorzugsweise handelt, ausdrücklich (§ 1), daß sie nur die bisher zerstreuten Vorschriften sammeln, zweifelhafte maßgeblich auslegen und sie, soweit möglich, »auf Grund der Satzungen des Börsenvereins« ergänzen wolle. Die Verkaufsordnung dient nur der Ausführung der Satzung, kann also nicht ihr zuwiderlaufen, so wenig, wie ein gewöhnliches Gesetz sich über die Verfassung des Staates hinwegsetzen könnte.

Die Einführung eines obligatorischen Zuschlages würde aber in der Tat nicht durch die gegenwärtige Satzung des Börsenvereins gedeckt sein.

Wie oben zu 1. gezeigt wurde, spricht die Satzung seit 1887 selbst aus, daß alle Mitglieder verpflichtet sind, die »von den Verlegern festgesetzten Ladenpreise einzuhalten« (§ 3, Ziffer 3, Absatz 2). Damit ist satzungsgemäß bestimmt, daß die Verleger den Ladenpreis festzusetzen haben, und zwar ist dieser Grundsatz ganz ausnahmslos. Ein Beschluß, welcher hieran etwas ändern wollte, würde also, solange nicht die Satzung selbst geändert ist, gegen die Satzung verstoßen, also nicht verbindlich sein.

Es kommt daher entscheidend darauf an, ob die Einführung eines obligatorischen Zuschlages ein Eingriff in das Recht des Verlegers ist, den Ladenpreis festzusetzen.

Was heißt »Ladenpreis?«, und zwar Ladenpreis im Sinne des § 3 der Satzungen des Börsenvereins?

Man ist versucht, zu antworten: Ladenpreis ist derjenige Betrag, der bei jedem Verkauf gleichmäßig vom Publikum gefordert werden muß. Also: Ladenpreis = effektiver Verkaufspreis. Wäre dem so, dann wäre es selbstverständlich und bedürfte keiner weiteren Darlegung, daß die Einführung eines obligatorischen Zuschlages in die satzungsmäßigen Verlegerrechte eingriffe.

Aus den Ausführungen zu 1. ergibt sich indessen, daß Ladenpreis nicht schlechthin effektiver Verkaufspreis ist. Denn wie dort gezeigt, läßt die Verkaufsordnung und die Satzung selbst zu, daß unter besonderen Umständen zu einem effektiv niedrigeren oder höheren Preise (Rabatt, Spesenanschlag) verkauft werde. Demgemäß erklärt ja auch die Satzung in § 3, die Mitglieder zur Einhaltung der von dem Verleger festgesetzten Ladenpreise nicht schlechthin, sondern »unter Beachtung der Ordnungen...« für verpflichtet.

Hiernach ist der Begriff des Ladenpreises zu bestimmen als der des zwar nicht schlechterdings effektiven, wohl aber vorbehaltlich bestimmter Ausnahmen geltenden, mithin als des normalen Verkaufspreises. Wenn der Verleger nach der Satzung den Ladenpreis festzusetzen hat, so heißt das, daß er den Betrag bestimmt, welchen jeder Buchhändler, auch er selbst, bei Verkäufen an das Publikum fordern muß, aber auch fordern darf, wenn nicht einer der in den Ordnungen des Vereins vorgesehenen Fälle vorliegt, in welchen eine Abweichung von dieser Norm zulässig ist.

Hieraus ergibt sich aber zweifelsfrei, daß die Einführung eines für Sortimentler und Verleger obligatorischen Zuschlages in der Tat das Recht des Verlegers, den Ladenpreis zu bestimmen, aufheben würde.

Ladenpreis ist der normale Verkaufspreis: Würde nun vorgeschrieben, daß zu dem vom Verleger bestimmten Betrage, im folgenden mit V. bezeichnet, von jedem Verkäufer noch ein Zuschlag, im folgenden mit Z. bezeichnet, erhoben werden müsse, dann wäre der normale Verkaufspreis = V. plus Z. Von dem vom Verleger festgesetzten Betrage (V.) würde nicht etwa nur in Ausnahmefällen abgewichen werden, wie das auch bisher schon geschah, sondern es würde zu diesem Betrage überhaupt niemals verkauft werden. Es wäre eine Spiegelfechtereie mit

Worten, wenn man behaupten wollte, daß trotzdem noch der Verleger den »beim Verkauf an das Publikum einzuhaltenden Ladenpreis« festsetze.

Man kann auch nicht etwa folgendermaßen argumentieren: Die Neuordnung solle nur Zuschläge zu dem vom Verleger bestimmten Preise (ich nehme beispielsweise 20%) bringen. Daher sei es doch der Verleger, der den Verkaufspreis festsetze, da dieser Preis eben = 120% desjenigen Betrages sei, den der Verleger seinerseits nenne. Bestimme er diesen Betrag auf M 30.—, so habe er also mittelbar festgesetzt, daß das Buch M 30.— plus 20% = M 36.— koste. Die Sophistik einer solchen Schlussfolgerung wird sofort klar, wenn man beachtet, daß der Verleger den Ladenpreis ja nicht nach Willkür bestimmen kann, sondern daß er dabei durch wirtschaftliche Berechnung gebunden ist, und daß der von ihm festgesetzte »Ladenpreis« ja auch die Grundlage der Rabattierung gegenüber den Sortimentern bildet. Hat der Verleger seinerseits den Preis auf M 30.— festgesetzt, so hat ihn dabei die Berechnung geleitet, daß das Buch zu diesem Preise verkäuflich ist, und daß er selbst bei Gewährung des von ihm zu bestimmenden Rabatts (Verkehrsordnung § 4 a), beispielsweise von 30%, keine Rechnung findet, daß ferner die Sortimentler, an die er liefern will (er ist ja nicht gezwungen, an jeden zu liefern, Satzung § 5, Verkehrsordnung § 2, Satz 3), den Vertrieb des Buches zu diesem Rabattsatz übernehmen werden. Zu M 36.— dagegen ist das Buch, wie der Verleger zu glauben meint, nicht mehr verkäuflich. Der obligatorische Zuschlag zwingt also den Verleger, den Preis anders zu bestimmen, als er für richtig hält. Er müßte ihn zu M 25.— bestimmen, damit sich der von ihm als richtig erachtete Verkaufspreis von M 30.— = 120% von M 25.— ergäbe. Dann müßte er aber auch von diesen M 25.— seine 30% Rabatt geben, d. h. das Buch den Sortimentern statt für M 21.— für M 17.50 ablassen. Das kann er aber nicht, da er nur bei M 30.— minus 30% = M 21.— Nettopreis seine Rechnung findet. Man kann nun fortfahren und sagen: also muß er eben weniger Rabatt gewähren, nämlich nur 16%. Dann kommt er bei M 25.— wieder auf seinen ursprünglichen Nettopreis von M 21.—. Aber einen solchen Rabattsatz kann er ja nicht bieten, ganz abgesehen davon, daß der Zweck des ganzen Reformplanes bei einem derartigen Vorgehen gescheitert wäre. Selbst wenn der Verleger aber so vorgehe, so wäre er doch noch nicht gesichert, daß sein Buch wirklich zu M 30.— verkauft würde. Denn die »Zuschläge« sind ja nicht als dauernd feste gedacht. Der Börsenverein würde nur bestimmen, daß die periodisch festzusetzenden Zuschläge einzuhalten seien, dann würden diese von Zeit zu Zeit revidiert und neu bestimmt. Sind sie heute 20%, so sind sie vielleicht in einem Vierteljahr 15% oder 30%. Dadurch ist aber die ganze vorstehende Rechnung als falsch erwiesen. Der Verleger kann seinen »Ladenpreis« nicht nach dem variablen Faktor bemessen. Er muß ihn nach wie vor von sich aus festsetzen, nur — ist das von ihm festgesetzte eben nicht mehr der Ladenpreis, sondern nur die Grundlage, auf der eine andere Instanz (der Verein oder sein Vorstand) durch Festsetzung von Zuschlägen erst den jeweiligen Verkaufspreis bestimmt.

Die Einführung eines stets zu zahlenden Zuschlages würde also das satzungsmäßige Recht des Verlegers verletzen, selbst den »Ladenpreis«, d. h. den Preis zu bestimmen, zu dem seine Bücher normalerweise an das Publikum zu verkaufen sind.

Ein Vereinsbeschluß, der einen solchen Zuschlag obligatorisch einführt, würde aber noch aus einem zweiten Grunde satzungswidrig sein, nämlich eben wegen der obligatorischen Natur seines Inhalts. Der Zuschlag soll ja als ein schlechthin verbindlicher eingeführt werden: Die Sortimentler, und ebenso der Verleger selbst, sollen dem Verein gegenüber mit allen Vereinsmitteln gebunden sein, den Zuschlag zu verlangen. Etwas derartiges geht aber weit über die jetzige Satzung hinaus. Nach der Satzung besteht eine Verpflichtung der Mitglieder nur dahin, den vom Verleger festgesetzten Ladenpreis einzuhalten. Diese Verpflichtung ist freilich näher »unter Beachtung der Ordnungen« zu erfüllen (Satzung § 3, Ziffer 3, Absatz 2). Die Ordnungen können sie also genauer umschreiben, z. B. die Begriffe »neues Buch« und »Publikum« näher definieren oder gewisse Ausnahmen zulassen, bei deren Vorliegen jene