

ersparnis erzielt, die zum Teil dem Käufer als Preisnachlaß zugute kommen kann, sodann aber lehrt eine alte, immer wieder bestätigte Erfahrung, daß die Möglichkeit, ein Buch durch gemeinsamen Partiebezug billiger zu erhalten, als einzeln im Laden, viele zum Kauf veranlaßt, die ohne einen solchen Anreiz nie daran gedacht hätten, sich das betreffende Buch anzuschaffen. Es ist auch nicht sonderlich zu befürchten, daß durch solche billigeren Partielieferungen der feste Ladenpreis des einzelnen Buches in Gefahr kommen könnte, da es allgemein Handelsbrauch ist, größere Partien einer und derselben Ware billiger zu liefern und zu kaufen als in einzelnen Stücken. Etwa denkbaren und möglichen Mißbräuchen müßte und könnte durch entsprechende Neufassung der Bestimmungen unserer Verkaufsordnung ein Kiegel vorgeschoben werden; über diese Frage wird sich ja auch der neugebildete Wirtschaftsausschuß in seiner nächsten Sitzung zu unterhalten haben.

Der Hebung des Bücherabsatzes kann weiter eine geeignete Werbung dienen, wobei ich allerdings den Ton mit allem Nachdruck auf das Wort »geeignet« legen möchte, da vieles, was wir in letzter Zeit auf diesem Gebiet zu beobachten Gelegenheit hatten, nur das Kopfschütteln des Praktikers erregen kann. Erster Grundsatz jeder Werbung muß sein, daß sie sich direkt oder indirekt bezahlt macht, und zwar für denjenigen, der für ihre Kosten aufzukommen hat. Diese einfache Wahrheit scheint zahlreichen Sortimentern und unter ihrem sanften Druck auch vielen Verlegern aus dem Gedächtnis gekommen zu sein; sonst wäre es wohl nicht möglich, daß in einem bisher noch nicht gekanntem Umfang Zumutungen an den Verleger gestellt werden, sich an Ausstellungen, Katalogen, Prospekten, Sammelanzeigen des Sortiments durch Barzuschüsse zu beteiligen, deren Gesamtbetrag ein Vielfaches dessen ausmacht, was bei einigermaßen vernünftiger Kalkulation für Werbungskosten zur Verfügung steht. Dabei reicht diese Quote oft kaum aus, um auch nur die notwendigsten eigenen Werbemaßnahmen des Verlegers zu bestreiten. Es muß also hier einmal vom ganzen Verlag ein kategorisches Halt geboten werden, wenn er nicht mit offenen Augen in sein Verderben rennen will. Hat ein Sortimenter den Wunsch, seiner Kundschaft außer dem ihm in fast unbegrenzter Fülle zur Verfügung stehenden Verleger-Werbematerial noch einen eigenen Katalog oder ähnliches vorzulegen, mit dem er sich vor seinen Kollegen am Platze hervortun will, so erscheint es nicht mehr als recht und billig, daß er diese Aufwendungen aus eigener Tasche bezahlt oder sie unterläßt, wenn er glaubt, daß sie sich nicht für ihn bezahlt machen. Wir werden uns aller Voraussicht nach in den nächsten Jahren nichts weniger leisten können, als eine unproduktive Vermehrung unserer Werbeausgaben und unseres Spesenkontos; Einschränkung und reiflichste Prüfung jeder auch noch so kleinen Ausgabe wird vielmehr die Parole sein müssen.

Was wir nicht durch Vergrößerung des Absatzes schaffen können, muß durch Verringerung des prozentualen Spesenanteils erreicht werden. Hier bietet sich uns im Buchhandel noch ein weites Feld der Überlegung und Betätigung. Ist es z. B. nötig und richtig, daß jeder größere Sortimenter glaubt, mit jedem Verleger in Verbindung stehen zu müssen? Wäre es für die meisten Sortimentern nicht viel klüger, sich — abgesehen von der Besorgung einzelner Bücher — auf einen verhältnismäßig kleinen Kreis von Verlegern zu beschränken und sich durch größere Bezüge Rabatt-Vorteile zu verschaffen, die dann auch ohne Nachteil für den Verleger eingeräumt werden können, da es für diesen viel wirtschaftlicher ist, eine gemischte Partie seiner Verlagswerke, sagen wir mit 40% Rabatt zu liefern, als mit einem Rabatt von 35% oder 33% 8 bis 10 einzelne kleine Sendungen zu expedieren und zu verbuchen? Wer sich erst einmal klar gemacht hat, welches Übermaß unproduktiver Kleinarbeit im Buchhandel verlangt und geleistet wird, kann nicht mehr im Zweifel darüber sein, wo der Hebel zur Besserung anzusetzen ist.

Eines allerdings werden alle unsere Bemühungen vorläufig kaum zu ändern vermögen: das jagende Tempo unserer Zeit, die fortschreitende Amerikanisierung unseres Lebens, die vielen überhaupt keine Lust und Zeit mehr zum Lesen guter Bücher läßt und die uns bald so weit gebracht haben wird, daß nur noch das Modebuch des Monats oder der Woche herrscht und die älteren wertvollen Bücher daneben immer mehr in Vergessenheit geraten. In

dieser Entwicklung liegt nicht nur für den ganzen schöngeistigen Verlag eine ungeheure Gefahr, sondern auch für das Sortiment, das zwar aus gerade gangbaren Modebüchern ganz annehmbare Augenblicksgewinne ziehen kann, dabei aber befürchten muß, daß seine Lager immer mehr an Wert verlieren und jede zuviel bestellte Partie eines Modebuches den ganzen Gewinn aus dem vorher erzielten Absatz aufzehren kann. Es liegt also im Interesse des ganzen Buchhandels, daß er sich gegen diese Entwicklung mit aller Macht anstremmt und immer wieder dem Publikum durch Wort und Schrift, durch Auslagen im Schaufenster und auf dem Ladentisch die älteren guten Bücher unserer Literatur — wobei wir heute schon an die Bücher des letzten Jahres denken müssen — vor Augen führt. Er wird dadurch nicht nur der deutschen Kultur, sondern auch seinem unmittelbaren wirtschaftlichen Vorteil dienen.

Gutachten der Rechtsauskunftsstelle des Deutschen Verlegervereins.

Honoraranpruch des Verfassers.

Frage: Welche Ansprüche auf Honorar kann ein Verfasser an den Verlag stellen, wenn eine Vereinbarung über das Honorar nicht vorliegt?

Die Vereinbarung von Honorar ist für das Zustandekommen eines Verlagsvertrags nicht wesentlich. Die Vergütung gilt als stillschweigend vereinbart, wenn die Überlassung des Werkes den Umständen nach nur gegen eine Vergütung zu erwarten ist — vgl. § 22 Verlagsrechtsges. — und das ist die Regel. Ist die Höhe der Vergütung nicht bestimmt, so ist eine angemessene Vergütung in Geld als vereinbart anzusehen.

Aus diesen Sätzen ergibt sich ohne weiteres, daß die Beantwortung der Frage nur unter Berücksichtigung der genauen Verhältnisse des einzelnen Falles möglich ist. Dabei entscheidet nicht bloß die allgemeine Übung, sondern es kommen auch die Verhältnisse in Frage, die zwischen Verfasser und Verlag vor und bei Abschluß des Vertrags bereits bestanden haben. Wenn, wie im vorliegenden Falle, der Verfasser bereits mit dem Verlag in Geschäftsverbindung gestanden hat und aus dieser Geschäftsverbindung weiß, welche Honorarbedingungen ihm vom Verlag zugestanden werden, so wird man dieses Moment, wenn der Verfasser ein weiteres Buch dem Verlag ohne Honorarvereinbarung übergibt, nicht außer acht lassen dürfen. Allerdings erscheint mir ein einziger, einige Jahre zurückliegender Fall nicht völlig ausreichend, um zu dem Ergebnis zu gelangen, daß die damalige Honorarvereinbarung für das neue Werk maßgebend sein soll, dies um so weniger, als es sich damals darum handelte, daß der Verfasser die Herstellungskosten des Buches selbst übernehmen sollte. Außerdem hat ja der Verlag jetzt ohne weiteres die Kosten der Herstellung des Werkes auf sich genommen.

Ich gelange daher zu dem Ergebnis, daß der Verfasser unabhängig von dem früheren Vertragsabschluß nur das für ein Werk ähnlicher Art übliche Honorar fordern kann. Welches Honorar für ein Werk der fraglichen Art üblich ist, kann ich nicht angeben. Die besonderen Verhältnisse zwischen dem Verlag und dem Verfasser werden gewiß dabei Berücksichtigung finden müssen.

Justizrat Dr. Sillig.

Rücktrittsrecht des Verfassers.

Frage: Ist der Verfasser berechtigt, wegen verspäteter Honorarzahmung vom Vertrag zurückzutreten?

Auf die einzelnen Rechte der Parteien eines Verlagsvertrags finden neben den vertraglichen Abmachungen und den Bestimmungen des Verlagsgesetzes auch die allgemeinen Bestimmungen des BGB. Anwendung. Der Verlagsvertrag ist ein gegenseitiger Vertrag; nach § 326 des BGB. ist bei einem gegenseitigen Vertrag, wenn der eine Teil mit der ihm obliegenden Leistung in Verzug kommt, der andere Teil berechtigt, ihm zur Bewirkung der Leistung eine angemessene Frist zu bestimmen, mit der Erklärung, daß er die Annahme der Leistung nach Ablauf der Frist ablehne. Nach Ablauf der Frist ist er berechtigt, Schadensersatz wegen Nichterfüllung zu verlangen oder vom Vertrag zurückzutreten, wenn nicht die Leistung rechtzeitig erfolgt ist.

Diese Bestimmung findet auch auf Verlagsverträge Anwendung; allerdings ist erforderlich, daß der Verzug des Schuldners mit einer Hauptleistung und nicht nur mit einer Nebenleistung vorliegt. Obwohl die wesentlichen Erfordernisse des Verlagsvertrags auf Seiten des Verlegers lediglich die Übernahme der Verpflichtung zur Verwirk-