

Abf. 3 es sich ja handelt; diese Überschrift lautet: Besteuerung mehrerer in derselben Urkunde enthaltener Gegenstände! Hieraus ergibt sich zweifellos, daß es sich um Zusammenfassung einander an sich fremder Abmachungen handeln muß, wenn von Bestandteilen im Sinne des § 10 Abf. 3 des Stempelsteuergesetzes die Rede sein soll, und nicht um einen einheitlichen, regulären Vertrag wie den Verlagsvertrag.

Das zweite festzustellende Ergebnis ist also: Der reguläre Verlagsvertrag enthält keine »Bestandteile« vom Kauf- oder Pachtvertrag; § 10 Abf. 3 des preussischen Stempelsteuergesetzes meint etwas anderes, Tarifstelle 18 Abf. 4 ist hier nicht anzuwenden (falls nicht wirklich fremde Abmachungen mit hineingenommen sind); die gegenteilige Behauptung wäre formalistisch und steht somit auf besonders schwachen Füßen.

### III.

Wenn es nicht bestritten werden kann, daß schon die formalistische Begründung des Wertstempels bei Verlagsverträgen sehr schwach ist, so wird diese Begründung als noch wesentlich schwächer erachtet werden, wenn man ihr die Schwierigkeiten rechtlicher und wirtschaftlicher Art gegenüberstellt, die sich bei der Durchführung eines Wertstempels ergeben würden. Der Einheitsstempel von 3 RM ist leicht zu erheben und schließt keinerlei unlösbare Fragen in sich. Wohl aber würde dies bei dem Wertstempel von  $\frac{1}{2}$  %, der für Kaufverträge zu zahlen ist, beim Verlagsvertrag der Fall sein.

Schon hieraus ersieht man erneut, daß es sich gar nicht um einen Kaufvertrag handeln kann; beim Kauf steht der Preis fest, er ist die klare Grundlage für die Berechnung der  $\frac{1}{2}$  %. Aber beim Verlagsvertrag?

Soll vielleicht der Honorarbetrag die Grundlage bilden? Oder der voraussichtliche Gewinn des Verlegers? Und wie, wenn kein Honorar gezahlt oder kein Gewinn jemals erwartet wird? Wenn der »Wert« des Vertrages, wie so häufig für beide Teile ein ideeller ist, der in Ziffern nicht zu erfassen ist? Weiter: welche Auflagenhöhe würde maßgebend sein, wenn der Vertrag auf »alle« Auflagen, d. h. auf eine unbeschränkte, von vornherein auch nicht einmal abschätzbare Anzahl von Auflagen sich bezieht? — Noch schwieriger wird dies alles, wenn es sich z. B. um ein Zeitschriftenunternehmen handelt, das vielleicht ganz groß aufgezogen wird und bei welchem der Vertrag zunächst auf zehn Jahre abgeschlossen wird. Das Herausgeberhonorar oder etwa gar zuzüglich des Mitarbeiterhonorars auf zehn Jahre berechnet ergäbe vermutlich für die  $\frac{1}{2}$  % Stempelsteuer einen Betrag, der denjenigen, der diesen Betrag für das riskante Unternehmen von vornherein bar auf den Tisch legen soll,

von dem ganzen Geschäft abhalten könnte und der noch weniger der Sachlage entspricht, wenn man möglicherweise das Unternehmen nach einem Jahr schon wieder aufgeben muß, weil die Sache nicht einschlägt.

Und wie, wenn die Einnahmen der einen oder der anderen Seite nach der Länge der Zeit oder nach dem Absatz gestaffelt sind — nach oben oder unten? Überhaupt wie ist es beim Absatzhonorar? Der »Wert« des Vertrages läßt sich in allen diesen Fällen überhaupt nicht von vornherein in Geld ausdrücken, weder für den Verfasser noch für den Verleger.

Diese Hinweise, die sich noch weiter vermehren lassen, zeigen erneut, daß es sich nicht um Kaufvertrags-»Bestandteile« hier handeln kann. Liegt, wie schon oben hervorgehoben, der seltene Fall vor, daß ein Autor zu einem anderen Verleger geht, um eine neue Auflage seines Werkes herauszubringen, und der neue Verleger übernimmt noch den Rest der alten Auflage —  $x$  Exemplare zu  $y$  Mark —, dann ist es einfach und einwandfrei, für diesen Kaufpreis  $\frac{1}{2}$  % als Stempelsteuer zu entrichten. Aber solcher Bestandteil pflegt eben in dem gewöhnlichen Verlagsvertrag nicht vorhanden zu sein.

Zu den allgemeinen Bedenken, die sich — vgl. die oben zu I mitgeteilten kritischen Äußerungen — gegen die Stempelsteuer vorbringen lassen, kommen also für den Wertstempel bei Verlagsverträgen weitere ganz erhebliche: in den meisten Fällen die völlige Unmöglichkeit der Vorausberechnung des Wertes, in vielen Fällen eine glatte Ungerechtigkeit gegenüber dem wirklichen wirtschaftlichen Wert, und zwar meist nach oben und selten nach unten, und insbesondere eine daraus notwendigerweise entspringende Lähmung der Geschäftstätigkeit, da zu dem sonstigen Risiko von Verlagsunternehmungen noch ein häufig kaum mit herauszuwirtschaftender Wertstempel, also im ganzen eine merkliche Verteuerung der Bücher kommen würde.

Fällt die Stempelsteuer bei der beabsichtigten Reform nicht überhaupt, so muß nach alledem jedenfalls klargestellt werden, daß für Verlagsverträge die Ansicht, sie könnten oder müßten neben dem Einheitsstempel noch einem Wertstempel als Kauf- oder Pachtvertrag schlechthin unterworfen werden, falsch ist, sei es, daß der gegenwärtige Wortlaut des preussischen Stempelsteuergesetzes geändert oder seine Auslegung in dem meines Erachtens möglichen Sinne sichergestellt wird.

Das dritte festzustellende Ergebnis ist also: Die rechtlichen, wirtschaftlichen und moralischen Bedenken gegenüber dem Wertstempel bei Verlagsverträgen wiegen unverhältnismäßig schwerer als der fiskalische Vorteil durch gekünstelte Auslegung der Bestimmungen des geltenden preussischen Stempelsteuergesetzes.

## Blickfangreklame

Ein Fall von Blickfangreklame hat das Landgericht Leipzig in seinem rechtskräftigen Urteil vom 28. Februar 1934 beschäftigt.

Ein deutscher Verleger, der damals dem Börsenverein der Deutschen Buchhändler zu Leipzig nicht angehörte und seine Verlags-erzeugnisse unter Ausschluß des Sortiments direkt an die Abnehmer durch Anschreiben vertrieb, bot zwei Werke seines Verlags zu verschiedenen Preisen an, nämlich zu einem Einzelpreis und bei Sammelbestellungen von zwei Stück an zu einem Vorzugspreis. Dieser Vorzugspreis blieb um 50 % bei dem einen, um fast 100 % bei dem anderen Werk hinter dem Einzelpreis zurück. Vor dem Erscheinen des Werkes hat der Verleger das zweite Werk mit Ankündigungen ohne Rücksicht auf Einzelbestellungen oder Sammelbestellungen für den außergewöhnlich niedrigen Vorzugspreis von RM 5.40 an Stelle des späteren Einzelpreises von RM 10.— angeboten, falls die Bestellungen noch vor dem Erscheinen des Werkes erteilt werden.

Die eingehenden Bestellungen waren bei beiden Werken überwiegend Sammelbestellungen. Bei Einzelbestellungen wurden auch tatsächlich die angekündigten Einzelpreise den Bestellern abverlangt. Bei dem zweiten Werke handelte es sich bei einem Umsatz von weit über 10 000 Stück nur um etwa drei Fälle, in denen Einzelbestellungen ausgeführt wurden.

Das Gericht hat sich, ohne auf den vom Kläger angebotenen Beweis über die Herstellungskosten der Werke durch Gehör eines Sachverständigen einzugehen, auf Grund der im übrigen getroffenen Feststellungen dahin ausgesprochen, daß der Vertrieb des Beklagten auf Sammelbestellungen abgestellt war, und zwar hat diese der Beklagte bei beiden Werken in der Weise erleichtert, daß er schon mit zwei Exemplaren den Mengenpreis eintreten ließ. Der seine Angebote sorgfältig prüfende Interessent muß so ohne weiteres dazu

gelangen, sich in seinem Bekannten- oder Berufskreise einen Mitbesteller zu suchen, um so die Vorteile des wesentlich ermäßigten Mengenpreises zu genießen. Damit liegt es auf der Hand, daß der Beklagte seinen Gewinn nicht aus dem Ergebnisse der Einzelbestellungen bezogen hat und auch von vornherein nicht ziehen wollte. Auch die Preise der Sammelbestellungen hatte er so kalkuliert, daß sie ihm einen ausreichenden Gewinn einbrachten, mag dieser auch nicht die vom Kläger errechnete Höhe erreicht haben. Da der Beklagte den Sortimenter aus seinem Vertriebe ausgeschaltet hat, brauchte er einem solchen auch den üblichen Rabatt nicht nachzulassen und konnte daher auch bei niedrigerer Preisbemessung, als sie einem sich des Sortiments bedienenden Verleger möglich gewesen wäre, immer noch einen Gewinn erzielen, bei gleich hoher Preisbemessung aber sogar einen wesentlich höheren Gewinn als ein solcher Verleger. Es ergibt sich daraus, daß der vom Beklagten für Sammelbestellungen festgesetzte Preis der Preis war, zu dem er seine Werke allgemein hätte vertreiben können.

Allerdings ist der Beklagte grundsätzlich in der Bestimmung seiner Preise frei. Es wäre auch nichts dagegen einzuwenden gewesen, wenn er die Einzelpreise durch einen mäßigen Aufschlag auf die Mengenpreise festgesetzt hätte, um die Käuferschaft zu Sammelbestellungen anzuregen und einen Ausgleich für seinen größeren Vertriebsaufwand bei Einzelbestellungen zu schaffen. Beide Preise müssen aber in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen. Dies ist hier nicht der Fall. Ist schon der um 50 % erhöhte Preis von RM 4.80 für das Einzelwerk I gegenüber dem Mengenpreis von RM 3.20 in keiner Weise wirtschaftlich gerechtfertigt, so hat dies erst recht von dem Einzelpreis von RM 10.— für das Werk II gegenüber einem Mengenpreise von RM 5.40 zu gelten, bei dem also die einzelnen Bezueher lediglich durch Einzahlung von 80 Pfg. zwei Exemplare eines umfangreichen Werkes an Stelle von einem