

Das neue Buchpreisbindungsgesetz

Leitfaden für Verlage und den verbreitenden Buchhandel

Von RAin Birgit Menche, Börsenverein des Deutschen Buchhandels

**mit großem
Preisbindungsglossar**
- von A wie Abmahnung
bis Z wie Zweigleisiger Vertrieb -



Börsenverein
des Deutschen
Buchhandels e.V.

I Überblick

Am 1. Oktober 2002 tritt das Buchpreisbindungsgesetz (BuchPrG) in Kraft und löst das über Jahrzehnte bewährte, privatrechtlich organisierte Sammelreverssystem ab. Deutschland folgt damit dem Beispiel anderer europäischer Länder, die mangels eines vergleichbaren Reverssystems bereits heute eine gesetzliche Preisbindung praktizieren. Äußerer Anlass für die Umstellung waren Entwicklungen auf europäischer Ebene. Die Europäische Kommission hatte Bedenken gegen ein privatrechtlich organisiertes Preisbindungssystem angemeldet und gleichzeitig signalisiert, dass sie eine gesetzliche Regelung tolerieren werde. Das BuchPrG hat den Buchhandel von Beginn an intensiv beschäftigt. Herausgekommen ist ein schmales, aus insgesamt 11 Paragrafen bestehendes Gesetzeswerk, das alle wesentlichen Aspekte der Preisbindung behandelt. Fast ebenso wichtig wie der Gesetzestext ist die Gesetzesbegründung, die Detailfragen zur Preisbindung verbindlich beantwortet.

Die Umstellung der Preisbindung auf eine gesetzliche Grundlage wird für viele unbemerkt vonstatten gehen. Der Verbraucher wird kaum einen Unterschied feststellen: Wie bislang muss er den Preis zahlen, der auf dem Buch ausgewiesen ist - in den Ramschkästen locken Billigangebote wie eh und je. Für andere Marktteilnehmer, insbesondere für Verlage, die bisher bewusst keine Preisbindung praktizieren, stellt der 1. Oktober eine Zäsur dar. Anders als nach der jetzigen Rechtslage lässt das BuchPrG keine Wahl - Verlage müssen in Zukunft für alle Bücher verbindliche Ladenpreise festsetzen. Diese Verpflichtung - die Verpflichtung zur Festsetzung und Bekanntgabe verbindlicher Ladenpreise - ist das Kernstück des Gesetzes. Für die überwiegende Mehrheit der preisbindenden Verlage und für den verbreitenden Buchhandel sind die Änderungen nicht so gravierend wie teilweise angenommen. Von Beginn an war es das erklärte Ziel des Börsenvereins, die bewährten Regelungen aus dem „Sammelrevers“ möglichst ohne materielle Änderungen in das BuchPrG zu überführen. Das ist - von wenigen Ausnahmen abgesehen - gelungen.

Das BuchPrG - ein kartellrechtliches Spezialgesetz mit kulturpolitischem Hintergrund

Das Kartellgesetz stellt in § 14 GWB klar, dass Absprachen zwischen Produzenten und Händlern

über die Höhe der Endverkaufspreise verboten sind. Aus diesem Grund sind feste Ladenpreise in nahezu allen Branchen unbekannt. Schon nach bisherigem Recht nimmt der Buchhandel insoweit eine Sonderstellung ein. Verlage dürfen - in Abweichung vom grundsätzlichen Kartellverbot - die Endverkaufspreise für Bücher und andere Verlags-erzeugnisse binden (§ 15 GWB). Die Gründe für diese Ausnahmeregelung waren von je her kulturpolitischer Art. Der Gesetzgeber hat erkannt, dass feste Ladenpreise maßgeblich zum Erhalt einer intakten Buchhandelslandschaft beitragen - und damit dem Leser zugute kommen. Deshalb heißt es in § 1 BuchPrG: „Das Gesetz dient dem Schutz des Kulturgutes Buch. Die Festsetzung verbindlicher Preise ... sichert den Erhalt eines breiten Buchangebots. Das Gesetz gewährleistet zugleich, dass dieses Angebot für eine breite Öffentlichkeit zugänglich ist, indem es die Existenz einer großen Zahl von Verkaufsstellen fördert.“ Der Gesetzgeber hat den kulturpolitischen Auftrag des Buchhandels damit mit großer Klarheit und Eindeutigkeit anerkannt. Im Gesamtgefüge der Rechtsordnung ist das BuchPrG dem Wettbewerbsrecht zuzuordnen. Soweit es die Preisbindung für Bücher gesetzlich anordnet, ist das BuchPrG ein Spezialgesetz zum GWB.

Produkte, die in Zukunft einer Preisbindung unterworfen sind

Das BuchPrG erfasst in erster Linie Bücher. Bücher sind vor allem solche mit festem Einband, aber auch Taschenbücher und Paperbackausgaben. Abgrenzungskriterien sind Aufmachung (Bindung) und Inhalt. Folienmappen und lose Lernkarten unterliegen ebenso wenig einer Preisbindung wie Spiele (Memory e.t.c.). Dagegen fallen in den Anwendungsbereich des Gesetzes Ergänzungslieferungen und Loseblattwerke. Im übrigen sind Bücher im Sinne des BuchPrG nur solche Werke, die als verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind, also von Verlagen hergestellt und typischerweise über den Buchhandel vertrieben werden. Deshalb sind beispielsweise rein private Publikationen oder Firmenschriften keine Bücher im Sinne des BuchPrG.

In den Anwendungsbereich des Gesetzes fallen Musiknoten und kartografische Produkte wie Atlanten, Stadtpläne und Globen, aber auch Wandkarten für den Schulgebrauch. Einer Preisbindung unterliegen außerdem buchhandelstypische Produkte, die eines der vorgenannten preisbindungsfähigen Erzeugnisse reproduzieren oder substituieren

ren. Das trifft insbesondere für bestimmte elektronische Verlagszeugnisse wie CD-ROM und Disketten zu. Die Rechtssprechung des Bundesgerichtshof zur Preisbindungsfähigkeit von CD-ROM (BGH NJW 1997, 1911 ff.) kommt weiter zur Anwendung. Praktisch bedeutet dies: CD-ROM, die in erster Linie lesbare Texte enthalten und überwiegend über den Buchhandel vertrieben werden, unterliegen in Zukunft (zwingend!) einer Preisbindung. Bsp.: das auch oder ausschließlich auf einem Datenträger abgespeicherte Nachschlagewerk oder Wörterbuch. CD-ROM und andere körperliche Datenträger, die in nennenswertem Umfang multimediale Elemente erhalten oder sonstige interaktive Nutzungsformen bereitstellen, fallen im Zweifel nicht unter das BuchPrG. Entsprechendes gilt für online – Angebote, die per Individualversand übermittelt oder zum Abruf bereit gehalten werden. Produkte, deren Inhalt überwiegend oder ausschließlich akustisch wahrnehmbar ist, fallen ebenfalls nicht in den Anwendungsbereich des BuchPrG. Bsp.: Musik-CDs, Musikvideos. Auch Hörbücher unterliegen aus diesem Grund keiner Preisbindung - ungeachtet der Tatsache, dass sie die zugrundeliegenden Textversion authentisch wiedergeben können.

Schließlich fallen unter den Anwendungsbereich des Gesetzes kombinierte Produkte, bei denen das preisbindungsfähige Objekt ausschlaggebend ist, z.B. ein Lehrbuch mit CD oder Videoband mit ergänzenden Erläuterungen oder Übungen zu dem Buch. Aus dem Anwendungsbereich der Preisbindung fallen: Kunstblätter, Kleinschrifttum wie z.B. Ansichtskarten, Glückwunschkarten und Spielkarten. Ab dem 1. Oktober 2002 können auch Kalender erstmalig nicht mehr im Preis gebunden werden.

Für fremdsprachige Bücher gilt das BuchPrG nur dann, wenn diese überwiegend für den Absatz in Deutschland bestimmt sind (§ 2 Abs. 2). Fremdsprachige, z.B. englischsprachige Bücher, die aus dem Ausland importiert werden, fallen damit ebenso wenig unter das BuchPrG wie englischsprachige Publikationen deutscher Fachverlage, die für den europa- bzw. weltweiten Absatz hergestellt sind. Keine fremdsprachigen Bücher sind solche, die, wie z.B. Kunst- oder Architekturbücher, vollständig in Deutsch und Englisch abgefasst sind. Sie unterliegen der Preisbindung.

Für Zeitungen und Zeitschriften kommt das BuchPrG nicht zur Anwendung. In Übereinstim-

mung mit der bisherigen Rechtslage können Verlage die Preise für Zeitungen und Zeitschriften binden, sie müssen dies aber nicht (§ 15 GWB). Für Verleger von Fachzeitschriften, die ihre Preise binden möchten, steht weiterhin der (Fachzeit-schriften)sammelrevers zur Verfügung.

Verlage in der Pflicht - Preisfestsetzung gesetzlich angeordnet

Ab 1. Oktober 2002 müssen alle Verlage verbindliche Ladenpreise festsetzen und bekannt geben (§ 5 Abs. 1). Verlage haben damit keine Möglichkeit mehr, für ihre gesamte Verlagsproduktion „unverbindliche Preisempfehlungen“ auszusprechen, ganz auf die Angabe von Bruttopreisen zu verzichten oder einzelne Neuerscheinungen von der Preisbindung auszunehmen. Gemeinsam mit § 3 ist § 5 Abs. 1 die zentrale Bestimmung des BuchPrG.

Mit der Festsetzungspflicht untrennbar verbunden ist die Pflicht zur Bekanntgabe der Preise. Eine Preisbindung ist wirkungslos, wenn niemand weiß, welche Preise festgesetzt wurden. Dem Erfordernis der Preistransparenz ist deshalb auch in Zukunft allergrößte Bedeutung beizumessen. Auf welche Weise Verlage ihre Preise bekannt geben müssen, lässt das Gesetz bewusst offen. Entscheidend sind Zielgruppe und Vertriebsweg. Verlage, die ihre Bücher überwiegend über den Sortimentsbuchhandel vertreiben, werden auch in Zukunft das „Verzeichnis Lieferbarer Bücher“ und die „Gelben Seiten“ des Börsenblattes für Preismitteilungen nutzen. Wer (auch) andere Händlergruppen bzw. Nebenmärkte beliefert, hat für eine „flächendeckende“ Information auch dieser Abnehmer zu sorgen.

Das BuchPrG zwingt zwar alle Verlage zur Preisbindung von Neuerscheinungen, belässt den Verlagen aber im übrigen genügend Flexibilität. So können feste Ladenpreise auch in Zukunft gesenkt oder erhöht werden, wenn die Marktverhältnisse dies erfordern. Wie bisher können Verlage den festen Ladenpreis für ein Buch aufheben und über den Buchhandel oder darauf spezialisierte Vertriebsfirmen „verramschen“. Dies darf allerdings nicht vor Ablauf von 18 Monaten nach Erscheinen des Titels geschehen. Einschlägige Vorschrift ist § 8. Danach kann die Preisbindung für ein Buch beendet werden, das zu einer vor mindestens 18 Monate hergestellten Druckauflage gehört. In bestimmten Ausnahmefällen, z.B. bei schnell veraltenden Publikationen oder bestimmten Ereignis-

büchern, kann die Preisbindung sogar vor Ablauf von 18 Monaten beendet werden. Preisänderungen und Aufhebungen müssen auch in Zukunft angezeigt werden. Im Regelfall geschieht dies über die „Gelben Seiten“ des Börsenblatts - mit der bekannten Vorlaufzeit von 14 Tagen. Verlage, die nach erfolgter Ladenpreisaufhebung weiter Bruttopreisen angeben möchten, müssen diese zwingend als „unverbindlich“ kennzeichnen. Ebenfalls unverändert bleibt das Remissionsrecht des Buchhandels bei Ladenpreisaufhebungen und Herabsetzungen: Auch in der Zukunft muss der Verlag innerhalb der letzten 12 Monate vom Buchhändler bezogene Exemplare zurücknehmen, wenn der Anspruch innerhalb von sechs Wochen ab Bekanntgabe der Preisänderung geltend gemacht wird (§ 3 Abs. 6 Verkehrsordnung). In jedem Fall gilt: Die Preisaufhebung nach 18 Monaten ist eine Option und kein Muss. Das Gesetzgeber hat sich bewusst gegen das Modell einer zeitlich befristeten Preisbindung entschieden und den Verlagen damit die Möglichkeit belassen, kulturell wertvolle Bücher und sog. Longseller über lange Zeiträume einer Preisbindung zu unterwerfen.

§ 5 Abs. 1 mit seiner Pflicht zur Preisfestsetzung ist vor allem für jene Verlage bedeutsam, die bislang keine Preisbindung praktizieren. Dies gilt z.B. für bestimmte Schulbuchverlage, aber auch für sog. „MA-Verlage“ mit in der Regel speziellen Vertriebswegen. Ob die Änderungen so einschneidend sind wie teilweise angenommen, ist fraglich. Anstelle fester Ladenpreise sprechen viele der betreffenden Verlage „unverbindliche Preisempfehlungen“ aus, die vom verbreitenden Handel in aller Regel ebenso beachtet werden wie gebundene Ladenpreise. Soweit dies nicht bereits geschehen ist, sollten die betreffenden Verlage ihre Preispolitik gleichwohl frühzeitig überdenken und ggf. der sich ändernden Rechtslage anpassen. Die gesetzliche Anordnung der Preisbindung hat im übrigen Konsequenzen auch für solche Unternehmen, die sich auf den Vertrieb preisungebundener Bücher spezialisiert haben oder diese im größeren Umfang vertreiben. Im Schulbuchgeschäft beispielsweise wird es sog. Koppelungsangebote, die sowohl preisgebundene als auch preisungebundene Bücher enthalten und die in der Vergangenheit immer wieder rechtliche Probleme aufgeworfen haben, nicht mehr geben.

Auch mit Inkrafttreten des BuchPrG sind Bücher nicht automatisch einer Preisbindung unterworfen. Vielmehr bedarf es dazu einer aktiven Preis-

festsetzung der Verlage. Diese Mitwirkung ist Pflicht und kann gerichtlich eingeklagt werden.

Buchhandel in der Pflicht: Einhaltung der festen Ladenpreise gesetzlich angeordnet

Wer Bücher an Letztabnehmer verkauft, d.h. an Personen, die Bücher zu anderen Zwecken als dem Wiederverkauf erwerben, ist nach § 3 i.V. m. § 2 Abs. 2 zur Einhaltung der von den Verlagen festgesetzten Preise verpflichtet. Das ist neben § 5 die zentrale Vorschrift des Gesetzes. Mit seinem Hinweis auf den Letztabnehmer bringt das Gesetz für den Buchhandel Selbstverständliches zum Ausdruck: Gebunden ist nicht etwa, wie beim Pressevertrieb, der Zwischenbuchhändler, sondern ausschließlich der Letztverkäufer. Zur Einhaltung der Preisbindung ist nur derjenige verpflichtet, der gewerbs- und geschäftsmäßig verkauft. Was darunter zu verstehen ist, wird in der Gesetzesbegründung näher definiert. Danach ist beispielsweise der Schriftsteller, der sein Werk im Einzelfall an Dritte verkauft, nicht zur Einhaltung der Preisbindung verpflichtet, wohl aber der (Fachbuch)autor, der sein Buch auf Seminarveranstaltungen professionell vermarktet. Um Abgrenzungsprobleme zu vermeiden, kann sich im Einzelfall eine klarstellende vertragliche Regelung, ggf. auch ein generelles Weiterveräußerungsverbot empfehlen. In Übereinstimmung mit der bisherigen Rechtslage sind die gebundenen Ladenpreise keine Mindestpreise, sondern Festpreise, von denen auch nicht nach oben abgewichen werden darf. Dies gilt auch im Falle von Einzelbestellungen mit teilweise erheblichen Beschaffungskosten.

Neue Organisationsform : Gesetz statt Vertrag

Die Buchpreisbindung ist schon heute gesetzlich verankert. Das Gesetz beschränkt sich jedoch darauf, die Preisbindung zu erlauben, überlässt ihre Begründung und Organisation aber den Marktteilnehmern. Bislang entsteht die Preisbindung erst durch eine privatrechtliche Vereinbarung: Der (Buch)händler verpflichtet sich gegenüber dem Verlag, die vom Verlag festgesetzten Ladenpreise zu berechnen. Dies geschieht entweder im Rahmen des Sammelreverses oder durch einen entsprechenden Einzelrevers. Um die erforderliche „Lückenlosigkeit“ der Preisbindung aufrechtzuerhalten, dürfen Verlage oder Zwischenbuchhändler nur solche Händler beliefern, die eine entsprechende Erklärung abgegeben haben. Die neue Organisa-

tionsform „Gesetz“ hat in mehrfacher Hinsicht Konsequenzen.

Verlage brauchen ihre Händlerkunden, da die Bindung qua Gesetz entsteht, nicht mehr vertraglich zur Einhaltung der festen Ladenpreise zu verpflichten. Der Sammelrevers gilt auf freiwilliger Basis weiter, soweit er Fachzeitschriften sowie die Konventionalstrafe betrifft. Im übrigen tritt der Sammelrevers außer Kraft. Der von den Verlagen beauftragte Preisbindungstreuhänder, in § 9 Abs. 3 mit einem eigenen Klagerecht ausgestattet, überwacht weiter die Einhaltung der Preisbindung und sanktioniert Verstöße. Er wird jedoch nicht mehr preisbindungsbegründende Verträge mit Buchhandlungen schließen. Einzelrevers, mit denen branchenfremde und solche Händler gebunden werden, die den Sammelrevers nicht unterzeichnet haben, wird es in der bisherigen Form ebenfalls nicht mehr geben. Für Verlagsauslieferungen und Barsortimente kann das eine nicht unerhebliche Arbeitserleichterung bedeuten.

Auswirkungen ergeben sich im Zusammenhang mit der Ahndung sog. Außenseiter. In der Vergangenheit ist es vereinzelt vorgekommen, dass Unternehmen - zuweilen auf verschlungenen Wegen - in den Besitz preisgebundener Bücher gekommen sind, ohne sich gegenüber dem Verlag oder einem sonstigen Wiederverkäufer zur Einhaltung der Preisbindung verpflichtet zu haben. Konnte den betreffenden Firmen kein Betrug oder sonstiges sittenwidriges Verhalten nachgewiesen werden, war es rechtlich schwierig, einen Unterverkauf zu verhindern. Weil jeder Wiederverkäufer künftig per Gesetz zur Einhaltung der Preisbindung verpflichtet ist, können sog. Außenseiter - die dann genau genommen keine mehr sind - besser belangt werden.

Von der vorgenannten Ausgangslage ist der Fall zu unterscheiden, in dem ein Endabnehmer am Preisbindungsverstoß einer Buchhandlung mitwirkt. Praktisch wichtiges Beispiel sind Kommunen, die unzulässige Nachlässe von Buchhandlungen einfordern oder die wider besseres Wissen einem Bieter den Vorzug geben, der ein unzulässiges Angebot abgegeben hat. Städte berufen sich mitunter auf das Argument, die Preisbindung sei eine rein vertragliche Angelegenheit zwischen Verlag und Buchhandlung und gehe sie nichts an. Das ist zwar schon nach bisherigem Recht unzutreffend. Sofern die öffentliche Hand in Ausübung ihrer Nachfragemacht unzulässige Angebote einfordert oder sich

gewähren lässt, haftet die Kommune als sog. Störer. In Zukunft jedoch wirken Kommunen, die sich wie beschrieben verhalten, unmittelbar an einem Gesetzesverstoß der betreffenden Buchhandlung mit. Das hat eine andere Qualität als die Mitwirkung an einem Vertragsverstoß.

Konsequenzen hat die neue Organisationsform ferner für die Abwicklung von Räumungsverkäufen. War es Buchhandlungen in der Vergangenheit gestattet, preisgebundene Ware im Falle eines Totalräumungsverkaufs unterhalb der gebundenen Ladenpreise zu verkaufen, wird es diese Möglichkeit in Zukunft nicht mehr geben. Für Abverkäufe anlässlich einer Insolvenz, bei Sicherungsübereignungen oder Pfandrechten gilt Entsprechendes. Es wäre systemwidrig, das Risiko, die eigenen Buchbestände im Falle eines Räumungsverkaufs nicht abverkaufen zu können, einseitig auf den verbreitenden Buchhandel abzuwälzen. Das bei einem bevorstehenden Räumungsverkauf bisher bestehende Recht der Verlage auf Rücksendung der Bücher kehrt sich insoweit um in eine grundsätzliche Pflicht zur Rücknahme. Allerdings gilt diese Rücknahmeverpflichtung sowohl hinsichtlich des Ob als auch des Wie nicht grenzenlos. Hinsichtlich des Ob ist zu prüfen, ob eine Buchhandlung ihr Ladenlokal ohne zwingende wirtschaftliche oder persönliche Gründe aufgeben hat, was zur Aberkennung der Rücknahmepflicht des Lieferanten führen kann. Hinsichtlich des Wie ist ein Remissionsrecht z.B. in Bezug auf solche Bücher zu versagen, die im Hinblick auf die vertragliche Vereinbarung eines ausdrücklichen Verzichts auf eine Rücknahmemöglichkeit zu besonders günstigen Konditionen geliefert wurden. Das Gleiche gilt für Bücher, die der Händler bereits vor längerer Zeit bezogen hatte - hier kommt eine Parallele zu § 3 Abs. 6 Verkehrsordnung (12 - Monatsfrist) in Betracht. Über die aufgeführten Fallgestaltungen hinaus sind weitere Fälle denkbar, die zur Aberkennung des Remissionsrechts bei Ladenaufgabe führen.

Ebenfalls systembedingt sind Kompetenzverschiebungen zugunsten der Zivilgerichte. Nach der bisherigen Rechtslage ist das Bundeskartellamt „Hüter“ der Preisbindung. Das Kartellamt kann die Preisbindung eines Verlages aufheben, wenn der Verlag diese missbräuchlich handhabt. Ein Missbrauch liegt z.B. vor, wenn ein Verlag das gleiche Produkt zu zwei verschiedenen Preisen vertreibt. Aber auch außergewöhnlich niedrige oder extrem hohe Rabatte sind ein Indiz für einen Missbrauch.

In der Zukunft wird es weder eine Missbrauchsaufsicht des Kartellamtes noch die Möglichkeit geben, die Preisbindung eines Verlages „aufzuheben“. Verlage, die gegen das BuchPrG verstoßen, beispielsweise, indem sie eine unzulässige Preispartung betreiben oder den Buchhandel unangemessen schlecht rabattieren, verstoßen gegen ein Gesetz und müssen mit zivilrechtlichen Sanktionen rechnen. Völlig aus den Augen wird das Kartellamt den Buchhandel allerdings nicht verlieren. Nach wie vor unterliegen Verlage dem kartellrechtlichen Diskriminierungsverbot nach § 20 GWB.

Gestaltungsspielraum der Verlage bei der Festsetzung von Sonderpreisen

Verlage können auch in Zukunft in bestimmten, im Gesetz ausdrücklich genannten Fällen Sonderpreise festsetzen. Diese Sonderpreise sind in § 5 Abs. 4 geregelt und stimmen im Wesentlichen mit den im Sammelrevers angeführten Sondertatbeständen überein. Die Aufzählung ist abschließend. Praktisch bedeutet dies, dass Verlage keine weiteren Sonderpreise und Nachlassformen „erfinden“ können. So wäre es beispielsweise unzulässig, Sonderpreise für bestimmte Abnehmergruppen, z.B. für alle Beamten, Freiberufler oder ICE- Reisende, festzusetzen. Gerade die kreativen Köpfe in den Marketing- und Vertriebsabteilungen fühlen sich durch einen solchen Numerus Clausus mitunter gegängelt. Der aber ist lediglich die konsequente Anwendung der Preisbindung.

Hat ein Verlag einen oder mehrere Sonderpreise, z.B. einen Serien-, Mengen- oder einen Subskriptionspreis festgelegt, sind diese für den Buchhändler ebenso verbindlich wie der reguläre Ladenpreis. Das heißt gleichzeitig, dass der Verlag seine Sonderpreise in der gleichen transparenten Weise bekannt zu geben hat wie den Normalpreis. Daran hapert es zuweilen. Gerade bei den Mengenpreisen ist immer wieder festzustellen, dass Verlage selbst im eigenen Hause eine unterschiedliche Handhabung praktizieren, geschweige denn, dass der Buchhandel gleichlautende Auskünfte erhielt.

Folgende Änderungen ergeben sich gegenüber der bisherigen Rechtslage: Der Sammelrevers gestattet es den Verlagen, sog. Sonderbedingungen festzusetzen und in der „Liste der am Sammelrevers beteiligten Verlage“ bekannt zugeben. Einige wenige Verlage haben von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht und etwa die Voraussetzungen für Bibliotheksnachlässe eingeschränkt oder - entgegen der

bisherigen Übung - Barzahlungsnachlässe erlaubt. In Zukunft haben Verlage in dieser Hinsicht keinen Spielraum mehr. Barzahlungsnachlässe sind schlechterdings verboten. Die Bibliotheksnachlässe stehen nicht mehr zur Disposition durch Verlage. Dies bedeutet u.a., dass auch Ergänzungslieferungen und Loseblattwerke in die Nachlassregelung einbezogen sind. Das Institut des Hörerscheins, für viele das „ungeliebte Kind der Branche“ und aus preisbindungsrechtlicher Sicht eine Quelle ständigen Ärgerisses, entfällt. Hörerscheine, die sich noch im Umlauf befinden, dürfen ab 1. Oktober 2002 nicht mehr eingelöst werden, während Abrechnungen zwischen Buchhandel und Verlag auch nach dem Stichtag möglich und zulässig sind. Bei den Subskriptionspreisen fehlen im Gesetzestext Details, wie sie im Sammelrevers zu finden sind. Aus der Gesetzesbegründung geht hervor: Subskriptionspreise sind ermäßigte Preise, die bis zum vollständigen Erscheinen eines Werkes und unter Angabe des Subskriptionszeitraums verwendet werden können. Auch in Zukunft dürfen Subskriptionspreise (nur) unter bestimmten Voraussetzungen für die Zeit nach Erscheinen festgesetzt werden: Es muss sich um ein einbändiges oder um ein mehrbändiges Werk handeln, das gleichzeitig erscheint. Zweitens darf die Vergünstigung nur für einen Zeitraum bis maximal drei Monate nach Erscheinen festgesetzt werden. Außerdem darf die Vergünstigung dann nicht mehr als 20 % zum Normalpreis betragen. Die im Sammelrevers erwähnten „ermäßigten Preise für Zeitschriften“ entfallen, weil das BuchPrG keine Anwendung auf Zeitschriften findet. Der entsprechende Passus findet sich jedoch im sog. (Fach)Zeitschriftensammelrevers wieder.

Die Problematik der Parallelausgaben

Über die Problematik der Parallelausgaben ist in der Vergangenheit viel und heftig diskutiert worden. Es geht um die für alle Marktteilnehmer wichtige Frage, unter welchen Umständen das gleiche Werk zu unterschiedlichen Preisen vertrieben werden darf. Die Antwort in § 5 Abs. 5 erscheint lapidar: Die Festsetzung unterschiedlicher Endpreise für einen bestimmten Titel durch einen Verleger oder dessen Lizenznehmer ist zulässig, wenn dies sachlich gerechtfertigt ist.

Wenn in § 5 Abs. 5 von „unterschiedlichen Endpreisen für einen bestimmten Titel“ die Rede ist, dann sind damit unterschiedliche Preise für verschiedene Ausgaben gemeint. § 5 Abs. 5 erfasst

also nur die sog. Parallelausgaben, nicht jedoch den zweigleisigen Vertrieb. In der Praxis wird beides nicht immer klar genug voneinander abgegrenzt. Ein zweigleisiger Vertrieb liegt dann vor, wenn der gleiche Titel, d.h. die gleiche Ausgabe, zeitgleich zu unterschiedlichen Preisen vertrieben wird. Bsp: Ein Verlag vertreibt ein Buch über den Sortimentsbuchhandel zum Preis x und verramscht ihn gleichzeitig über Nebenmärkte zum Preis Y. Ein solcher zweigleisiger Vertrieb ist stets unzulässig.

Im Gegensatz zum zweigleisigen Vertrieb also sind Parallelausgaben zulässig, die Preisdifferenz jedoch muss sachlich gerechtfertigt ist. Diese Formel gilt für alle denkbaren Parallelausgaben, für die herkömmliche Taschenbuch- und klassische Clubausgabe, für die eigens zum Vertrieb über Sondermärkte hergestellte Sonderausgabe ebenso wie für sog. „Readerausgaben“. In der Gesetzesbegründung wird deutlich, dass es auch in Zukunft auf das Zusammenspiel der bekannten Faktoren „Ausstattung“, „Preisunterschied“, „Abstand des Erscheinens“ sowie eine etwaige „Mitgliedsbindung“ ankommt. Dabei ist auf die Einschätzung eines die Umstände überblickenden, vernünftig handelnden Käufers abzustellen. Würde er die teurere Originalausgabe kaufen, wenn er um die wesentlich günstigere, aber nur unwesentlich schlechter ausgestattete Sonderausgabe wüsste? In aller Regel muss der günstigere Preis durch eine „billigere Aufmachung“ bzw. durch eine schlechtere Ausstattung plausibel gemacht werden können. Auch der Zeitaspekt spielt eine Rolle. Je später die Sonderausgabe auf den Markt kommt, je weniger aktuell ein Titel, um so günstiger darf die Sonderausgabe sein. Für den praktisch wichtigen Bereich der Buchclubausgaben haben die buchhändlerischen Sparten in Absprache mit dem Bundeskartellamt konkretisiert, in welchen Fällen eine Buchclubausgabe die Preisbindung der Originalausgabe nicht gefährdet. Die Regelungen dieses sog. Potsdamer Protokolls sind auch weiter zu beachten. Kommt es zum Rechtsstreit, werden die Zivilgerichte prüfen, ob eine Clubausgabe preisbindungskonform ist - und bei ihrer Entscheidung mit großer Wahrscheinlichkeit die Regelungen des Potsdamer Protokolls berücksichtigen. Dabei ist sehr gut vorstellbar, dass die Gerichte sogar einen strengeren Maßstab an die Zulässigkeit von Clubausgaben anlegen, als dies das Bundeskartellamt getan hat.

Im Zusammenhang mit den Parallelausgaben bringt das BuchPrG eine weitere Änderung mit

sich: Waren es in der Vergangenheit die lizenzgebenden Verlage, die bei preisbindungsrechtlich unzulässigen Lizenz/Sonder/Clubausgaben um die Aufrechterhaltung ihrer Preisbindung bangen mussten, sind es nun die Lizenznehmer selbst, die für eine ggf. nicht preisbindungskonforme Handhabung haften.

Die Nachlasstatbestände im BuchPrG

Das BuchPrG sieht zwei Nachlasstatbestände vor: Die Schulbuchnachlässe (§ 7 Abs. 3) und die Bibliotheksnachlässe (§ 7 Abs. 2). Während die Schulbuchnachlässe vom Gesetz angeordnet sind und ihre Einräumung Pflicht ist, ist die Gewährung von Bibliotheksnachlässen freigestellt. Dass dem Buchhandel faktisch oft auch hier keine Wahl bleibt, steht auf einem anderen Blatt.

Bei den Schulbuchnachlässen ergeben sich folgende materielle Änderungen: Bei Schulbuchaufträgen mit Gesamtwert über 25.000 Euro entfällt der Preisspielraum. Je nach Auftragshöhe sind Nachlässe in Höhe von 13, 14, oder 15 Prozent einzuräumen. Soweit Schulbücher von Schulen im Rahmen eigener Budgets angeschafft werden, gilt – wie bislang schon in Hessen – ein einheitlicher Nachlass in Höhe von 12%. Die bisher in einigen Bundesländern geltenden Sonderregelungen treten außer Kraft. Das im Sammelrevers angeführte Kriterium „im Rahmen der gesetzlichen Lernmittelfreiheit“ entfällt, weil es der Gesetzgeber als identisch mit dem Tatbestandsmerkmal „durch die öffentliche Hand finanziert“ ansieht. Es bleibt aber dabei, dass Schulbuchnachlässe nur dann eingeräumt werden müssen bzw. dürfen, wenn die öffentliche Hand Eigentum erwirbt, wenn die Bücher also in der Schule verbleiben. Kaufexemplare bzw. Arbeitsmaterialien, die von den Schülern oder Eltern gekauft werden, dürfen auch in Zukunft nicht mit Nachlässen geliefert werden. Das Kriterium „überwiegend von der öffentlichen Hand finanziert“ dürfte (auch) in Zukunft Konfliktstoff bergen. So wird kaum verhindert werden können, dass private Mittel genutzt werden, um in den Genuss „öffentlicher“ Aufträge zu kommen. Der Begriff „Schulbuch“ ist durch den Terminus „Bücher für den Schulunterricht“ ersetzt worden. Damit wird klargestellt, dass z.B. auch belletristische Werke, die im Deutschunterricht gelesen werden, nachlassprivilegiert sind. Wie bisher stellen die Schulbuchnachlässe einen abschließenden Tatbestand dar. Dies bedeutet u.a., dass über die in § 7 Abs. 3 genannten Nachlässe hinaus keine weiteren Vergün-

stigungen wie z.B. Sachprämien im Rahmen von Kundenbindungssystemen eingeräumt werden dürfen.

Bei den Bibliotheksnachlässen bleibt es dabei, dass allgemein zugänglichen öffentlichen Bibliotheken bis zu 10% und jedem Wissenschaftler zugänglichen wissenschaftlichen Bibliotheken bis 5 % Nachlass eingeräumt werden darf (bis zu bedeutet: auch 2,5,7% usw.). Praktisch wichtig bleibt das Kriterium allgemeiner Zugänglichkeit. Dazu ist weiter erforderlich, dass die Bibliothek von ihrer Zweckbestimmung her jedem Leser offen steht, d.h. es genügt nicht, dass Interessierte nur in Einzelfällen Zugang erhalten. Gerade (kleinere) Behördenbibliotheken erfüllen dieses Kriterium regelmäßig nicht, weil sie in erster Linie den eigenen Mitarbeitern zur Verfügung stehen. Es ergeben sich folgende materielle Änderungen: Wissenschaftliche Bibliotheken brauchen keinen öffentlich-rechtlichen Träger mehr zu haben, um in den Genuss von Nachlässen zu kommen. Danach dürfen erstmalig Bibliotheken großer privater Unternehmen, die von ihrer Zielsetzung jedem Wissenschaftler offen stehen, Nachlässe eingeräumt werden. Die Nachlassberechtigung ist bei Vorliegen der sonstigen Voraussetzungen auf sämtliche konfessionellen Bibliotheken ausgedehnt worden. Damit darf z.B. auch jüdischen oder islamischen Büchereien Nachlass eingeräumt werden. Das Erfordernis eines bestimmten Mindestvermehrungssatz entfällt. Schülerbibliotheken sind in Zukunft nachlassberechtigt. Wichtig: Das Kriterium „öffentlich zugänglich“ gilt für Schülerbibliotheken nicht, d.h. sie sind auch dann nachlassberechtigt, wenn sie wie üblicherweise nur den Schülern zugänglich sind. Anders als im Rahmen des Sammelreverses stehen die Bibliotheksnachlässe weder ihrem Grunde noch der Höhe nach zur Disposition der Verlage. Damit gelten die Nachlässe insbesondere auch für Ergänzungslieferungen und Loseblattwerke. Das Institut des Hörerscheins entfällt.

Sonstige Vergünstigungen – Zugaben – Kundenbindungssysteme

Auch in Zukunft dürfen dem Letztabnehmer anlässlich seines Buchkaufs keine Vergünstigungen oder unentgeltliche Zuwendungen gewährt werden. Geschieht dies, liegt eine indirekte Verletzung der Preisbindung vor. Eine indirekte Verletzung der Preisbindung ist z.B. dann gegeben, wenn im Zusammenhang mit einem Buchkauf Zugaben gewährt werden. Bsp.: Jeder Buchkäufer er-

hält eine Musik-CD, eine Kinokarte oder ein Taschenbuch gratis. Auch Spenden, die für den Fall einer Beauftragung zugesagt werden, stellen eine indirekte Verletzung der Preisbindung dar. Die Koppelung mit dem Verkauf nicht gebundener Produkte (Bsp: Buch über Wein und Weinflasche) ist dann als indirekte Verletzung anzusehen, wenn außergewöhnliche Preisvorteile gewährt werden. Schließlich bleiben sämtliche Umgehungsformen „tabu“, z.B. Umsatzbeteiligungen, bei denen dem Käufer ein Teil des Kaufpreises zurückerstattet wird.

Das bisher strikte Zugabeverbot wird durch das BuchPrG – wenn auch nur geringfügig – gelockert. In Zukunft dürfen anlässlich eines Buchkaufs Waren, die absolut oder relativ betrachtet geringfügig sind, gratis mitgegeben werden (§ 7 Abs. 4 Nr.1). Das ist schon bisher so, soweit die Zuwendung absolut gesehen geringfügig ist (z.B. Bonbon, Radiergummi, Lesezeichen). Neu ist, dass nunmehr auch höherwertige Zugaben erlaubt sind, sofern sie in Bezug auf den Gesamtumsatz nicht ins Gewicht fallen. Wann dies der Fall ist, hat der Gesetzgeber bewusst offengelassen. In Analogie zu der bisherigen Spruchpraxis der Preisbindungstreuhandler zu im Rahmen von Kundenbindungssystemen gewährten Sachprämien wird von ca. 2 % vom Gesamtumsatz auszugehen sein. Praktisch bedeutet dies: Wer ein Buch oder Bücher im Wert von x Euro kauft, darf eine Ware im Wert von maximal 2 % von x gratis dazubekommen. Die Zugabe darf auch mit der Hauptware identisch sein darf. Ein Unternehmen beispielsweise, das 50 Exemplare eines Fachbuches ordert, darf, weil die Grenze von 2% nicht überschritten wird, ein 51. Exemplar umsonst bekommen. Das läuft im Ergebnis auf einen Naturalrabatt heraus. Stets muss die Zuwendung in einem Sachgegenstand bestehen. Eine Rückvergütung in Geld und sonstige Umsatzbeteiligungen, bei denen „Bares fließt“, bleiben verboten. Unzulässig wäre es auch, dem Kunden einen Gutschein über einen bestimmten Geldbetrag auszuhändigen.

Die vorgenannten Regelungen gelten auch im Rahmen von Kundenbindungssystemen. Buchhandlungen, die an einem schon bestehenden Kundenbindungssystem teilnehmen oder ein eigenes „kreieren“ wollen, sollten genau darauf achten, dass die 2 % - Grenze nicht überschritten wird. Dazu muss der Wert der ausgelobten Sachprämie/n ermittelt und ins Verhältnis zu dem zu tätigen Umsatz gesetzt werden. Das bisher geltende Erfor-

dernis, dass der Kunde mehrere Käufe tätigen muss, um in den Genuss der Sachprämie zu gelangen, wird nicht aufrechterhalten. Auch hier gilt, dass der Kunde ausschließlich Sachgegenstände erhalten darf. Eine Teilnahme an sog. Paybacksystemen bleibt deshalb auch in Zukunft verboten. Dasselbe gilt für Modelle, bei denen der Käufer zwar kein Bargeld zurückerstattet, wohl aber eine Verrechnungsmöglichkeit bei künftigen Käufen erhält. Viele „Citycard-Modelle“, bei denen sich mehrere regionale Einzelhändler zu einer Gemeinschaft zusammenschließen, basieren auf dieser Grundidee. Auch nach Inkrafttreten des BuchPrG bleibt Buchhandlungen die Teilnahme an solchen Zusammenschlüssen verwehrt, und zwar unabhängig davon, ob die Geringfügigkeitsgrenze von 2% überschritten wird oder nicht. Schließlich ist zu beachten, dass im Rahmen des Schulbuchgeschäfts keine Zugaben – auch nicht im Rahmen von Kundenbindungssystemen – eingeräumt werden dürfen. Dasselbe gilt im Bibliotheksgeschäft, soweit durch die Anwendung des Kundenbindungssystems die zulässigen Nachlässe überschritten werden.

Künftig dürfen Buchhandlungen Parkgebühren erstatten. Das war nach der bisherigen Rechtslage nicht gestattet – ein Verbot, das viele Buchhändler unfreiwillig in eine Art Außenseiterrolle hineingedrängt hat.

In Übereinstimmung mit der bisherigen Rechtslage dürfen Buchhandlungen Versand- oder besondere Beschaffungskosten übernehmen, ohne gegen die Preisbindung zu verstoßen (§ 7 Abs. 4 Nr. 3 u. 4). Mit Versandkosten sind die Kosten gemeint, die durch die Lieferung der Ware vom Buchhändler zum Endkunden anfallen. Beschaffungskosten sind die Kosten, die durch die „Beschaffung“ des Buches beim Verlag oder Barsortiment entstehen. Beschaffungskosten gehören zum Ladenpreis und dürfen grundsätzlich nicht auf den Kunden abgewälzt werden. Nach der Spruchpraxis des Kartellamtes gilt dies ausnahmsweise nicht für Zeitschriften, Loseblattwerke und Ergänzungslieferungen. Außerdem dürfen die Beschaffungskosten in „besonderen“ Fällen wie z.B. bei Eilbestellungen auf den Kunden übergeleitet werden.

Ein Verstoß gegen die Preisbindung scheidet auch dann aus, wenn im Zusammenhang mit einem Buchkauf handelsübliche Nebenleistungen erbracht werden. Das war auch schon unter Geltung des Sammelreverses so. Literaturrecherchen etwa, die im direkten Zusammenhang mit einem

Buchkauf stehen, entsprechen einem handelsüblichen Service. Inventarisierungsarbeiten im Schulbuchgeschäft indes fallen nicht mehr unter den üblichen Service und dürfen nur gegen einen entsprechenden Aufpreis erbracht werden. Was handelsüblich ist, steht nicht ein für alle Mal fest. In Zweifelsfällen muss durch eine Umfrage unter den „beteiligten Verkehrskreisen“ ermittelt werden, welche Nebenleistungen handelsüblich sind und damit ohne Aufpreis erbracht werden dürfen.

Preisbindungsfreie Lieferungen

Einige wenige Lieferungen sind ganz von der Preisbindung ausgenommen. „Von der Preisbindung ausgenommen“ bedeutet: Bücher dürfen zu jedem beliebigen Nachlass oder kostenlos abgegeben werden können. Die Fälle preisbindungsfreier Lieferungen sind in § 7 Abs. 1 Nr. 1 bis 3 abschließend aufgeführt. Im Einzelnen handelt es sich um: Kollegenrabatte, die Lieferungen an Autoren zum Eigenbedarf, die Lieferung von sog. Lehrerprüfstücken sowie um Mängelexemplare. Diese Ausnahmen sind mit den im Sammelrevers genannten Tatbeständen identisch - Änderungen inhaltlicher Art ergeben sich nicht. Die Formulierung „selbstständige Publikationen“ in § 7 Abs. 1 Nr. 2 bedeutet, dass der Autor einen nicht nur unmaßgeblichen Beitrag zu dem betreffenden Werk geleistet haben muss, um in den Genuss einer preisbindungsfreien Lieferung zu gelangen. Wer z.B. nur einen marginalen Beitrag zu einem Mehrautorenwerk geschaffen hat, bleibt außen vor. Mit Lehrerprüfstücken sind solche Exemplare gemeint, die ein Lehrer bestellt, um sie auf ihre „Unterrichtstauglichkeit“ zu prüfen. Lehrerprüfstücke sind keine zusätzlichen Exemplare, die dem Lehrer im Rahmen einer Klassensatzbestellung gratis dazugegeben werden. In diesem Fall ist die Entscheidung gefallen und eine Prüfung augenscheinlich nicht erforderlich. Allein die Mängelexemplare werden im Sammelrevers nicht ausdrücklich erwähnt. Schon bisher freilich fallen Mängelexemplare - gemeint sind objektiv schadhafte Bücher - aus der Preisbindung heraus und brauchen nicht mehr zum vollen Ladenpreis verkauft zu werden. Remittenden müssen nicht zwangsläufig Mängelexemplare sein. Beide Begriffe müssen streng voneinander unterschieden werden.

Die Preisbindung im grenzüberschreitenden Verkehr

Bei der preisbindungsrechtlichen Beurteilung grenzüberschreitender Lieferungen sind verschiedene Konstellationen sind auseinander zu halten: Wer Bücher aus dem Ausland importiert, muss nach § 5 Abs. 1 einen festen Ladenpreis für das importierte Buch festlegen. „Importeur“ kann grundsätzlich jeder Händler sein, der Bücher aus dem Ausland beschafft, so z.B. ein Versandbuchhändler, der für einen deutschen Kunden eine Auslandsbestellung durchführt. Die Preisfestsetzungspflicht nach § 5 Abs. 1 erfährt durch § 2 Abs. 2 eine wichtige Ausnahme. Da fremdsprachige Bücher in aller Regel nicht unter das deutsche BuchPrG fallen, bleiben Importe aus dem Ausland ganz überwiegend preisbindungsfrei. Der auf Import spezialisierte Versandbuchhändler beispielsweise, der Bücher aus dem angloamerikanischen Raum nach Deutschland einführt, ist an keine Preisbindung gebunden. Praktische Bedeutung hat die Festsetzungspflicht nach § 5 Abs. 1 allenfalls dann, wenn deutschsprachige Bücher nach Deutschland eingeführt werden. Denkbar ist dies insbesondere bei Importen aus der Schweiz, Österreich oder den Niederlanden. Dabei wäre es theoretisch möglich, dass für das gleiche Buch mehrere unterschiedliche Ladenpreise festgelegt werden. In der Praxis dürfte dieser Fall jedoch vergleichsweise selten vorkommen.

Wer deutschsprachige Bücher aus dem Ausland importiert (Bsp: Ein Buchhändler importiert in deutscher Sprache verfasste Bücher niederländischer Verlage) ist bei der Preisfestsetzung an bestimmte gesetzliche Vorgaben gehalten. So ist zunächst zu prüfen, ob der ausländische Verlag einen Preis für den Verkauf in Deutschland empfohlen hat. Bejahendenfalls ist dieser Preis für den deutschen Händler verbindlich. Hat, was regelmäßig der Fall sein dürfte, der ausländische Verleger keine Preisempfehlung ausgesprochen, ist bei der Preisfestsetzung der im Ausland geltende Nettopreis zuzüglich deutscher Mehrwertsteuer zugrunde zulegen (§ 5 Abs. 2) Sind die im Ausland geltenden Preise nicht ohne weiteres ermittelbar, empfiehlt es sich, den jeweiligen Lieferanten zur Mitteilung der Preise anzuhalten oder zu verpflichten. Wer Bücher aus einem Vertragsstaat der Europäischen Union importiert, nachdem er sie dort zu ungewöhnlich guten Konditionen eingekauft hat, darf die Preisvorteile nach Maßgabe von § 5 Abs. 3 an den deutschen Letztabnehmer weitergeben. Diese dem europäischen Kartellrecht

geschuldete Bestimmung dürfte in der Praxis keine all zu große Bedeutung haben.

Im übrigen sind grenzüberschreitende Lieferungen grundsätzlich preisbindungsfrei. Ein deutscher Versandbuchhändler etwa, der Bücher deutscher Verlage an Endabnehmer in Brüssel oder Amsterdam liefert, ist an die (deutsche) Preisbindung ebenso wenig gebunden wie der niederländische Händler, der Endkunden in Deutschland beliefert. Etwas anderes gilt dann, wenn sich aus objektiven Umständen ergibt, dass importierte Bücher deutscher Verlage zuvor allein zu dem Zweck aus Deutschland ausgeführt wurden, um die deutsche Preisbindung zu umgehen (§ 4). In der Gesetzesbegründung werden mögliche Umgehungstatbestände genannt: Es erfolgt tatsächlich keine grenzüberschreitende Lieferung, d.h. die betreffenden Bücher verlassen Deutschland nicht „körperlich“; der Geschäftszweck einer Buchhandlung, z.B. in Mulhouse, ist ausschließlich darauf ausgerichtet, per Internet oder Telefon Bücher deutscher Verlage an deutsche Endabnehmer zu verkaufen; es werden Bücher ins europäische Ausland exportiert, um sie nach einem einheitlichen Plan wieder zu reimportieren.

Die Konditionengestaltung der Verlage

Das BuchPrG enthält in § 6 Bestimmungen zur Konditionengestaltung der Verlage. Diese lauten verkürzt: Verlage müssen bei ihrer Konditionengestaltung die (Service)Leistung des Buchhandels berücksichtigen; Verlage dürfen Branchenfremde nicht besser behandeln als den traditionellen Buchhandel; Verlage dürfen (großen) Bucheinzelhändlern keine besseren Konditionen einräumen als dem Buchgroßhandel.

Die in § 6 zusammengefassten Handlungsanweisungen geben - auf eine abstrakte Formel gebracht - die bisherige Spruchpraxis des Bundeskartellamtes wieder.

Bei der Interpretation und Anwendung von § 6 Abs. 1 bis 3 gilt es, zwei gegenläufige Prinzipien mit einander zu vereinbaren und zum Ausgleich zu bringen: Das Prinzip der Vertragsfreiheit und den Auftrag des Gesetzgebers, den kleineren und mittelständischen Buchhandel mittels einer gesetzlich angeordneten Preisbindung zu erhalten.

Das BuchPrG dient dem Schutz des kleinen und mittelständischen Buchhandels und hat insofern

eine starke strukturerhaltende Komponente. Das Gesetz belässt es auch nicht bei reinen Programmsätzen, sondern gibt dem verbreitenden Buchhandel mit § 6 rechtliche Instrumentarien an die Hand, gegen diskriminierende Maßnahmen der Verlage vorzugehen. Was sich aus § 6 **nicht** ableiten lässt, ist eine **grundsätzliche** Verpflichtung von Verlagen, den verbreitenden Buchhandel in sein Vertriebsnetz einzubeziehen.

Die Gerichte gehen in ständiger Rechtsprechung davon aus, dass es auch preisbindenden und marktbeherrschenden Unternehmen erlaubt ist, ihr Vertriebs- und Absatzsystem nach eigenem Ermessen zu gestalten. Die Gerichte tragen damit dem Recht auf freie wirtschaftliche Betätigung Rechnung, das im Kern verfassungsrechtlich geschützt ist. Grundsätzlich bleibt es damit bei der freien Wahl der Vertriebswege: Verlage können entscheiden, ob sie ihre Bücher nur über den Sortimentsbuchhandel oder über den Sortimentsbuchhandel und über Nebenmärkte oder ausschließlich über Nebenmärkte - in der Terminologie des Gesetzes „Branchenfremde“ - vertreiben. Ein Verlag etwa, der Ratgeberliteratur ausschließlich über Naturkostläden absetzt, muss den Sortimentsbuchhandel auch in Zukunft nicht in sein Absatzsystem einbeziehen. Vor diesem Hintergrund relativiert sich auch die Verpflichtung nach § 6 Abs. 2. Wer, wie im vorgenannten Beispielsfall, ausschließlich Branchenfremde beliefert, „bevorzugt“ in rechtlich zulässiger Weise Branchenfremde gegenüber dem traditionellen Buchhandel. Freigestellt bleibt auch die Wahl der Absatzstufen. Verlage können also auch in Zukunft frei entscheiden, ob sie ihre Bücher (nur) über die Barsortimente, oder – unter Umgehung der Barsortimente – (nur) an den Bucheinzelnhandel oder – unter Umgehung sämtlicher Handelsstufen - direkt an den Endabnehmer verkaufen.

Das Prinzip der Wahlfreiheit der eigenen Absatzwege ist mit der Frage der Konditionengestaltung eng verknüpft. Wenn ein Verlag den Sortimentsbuchhandel konsequent aus seinem Absatzsystem herausnimmt, ist ein Verlag auch nicht gezwungen, Buchhändlern bei entsprechenden (Einzel)anfragen einen Rabatt einzuräumen bzw. er darf, wenn der Buchhändler das betreffende Buch gleichwohl beziehen will, grundsätzlich zum „Nullrabatt“ liefern. Allerdings kommt es auch hier stets auf den Einzelfall an. So kann sich die Rechtslage anders darstellen, wenn ein Verlag jahrelang erfolgreich mit dem Buchhandel zusammengearbeitet hat, den

Erfolg eines bestimmten Verlagserzeugnisses maßgeblich dem Buchhandel zu verdanken hat und sich dann entschließt, das betreffende Werk nur noch im Direktgeschäft zu vertreiben. Auch im Falle einer Marktbeherrschung kann sich eine andere Beurteilung ergeben.

Mit § 6 hat der Gesetzgeber in erster Linie den „buchhändlerischen Normalfall“ im Auge, in dem ein Verlag seine Bücher schwerpunktmäßig über den Sortimentsbuchhandel vertreibt. Die Kernaussage von § 6 Abs. 1 lautet: Verlage müssen – und dürfen – bei der Kalkulation und Festsetzung der Buchpreise die vom kleineren und mittelständischen Buchhandel erbrachte Vertriebs- und Beratungsleistung mitberücksichtigen. Verlage dürfen die Höhe der Handelsspannen nicht allein am Umsatz festmachen. Eine lineare Bemessung der Händlerspanne nach dem Umsatz ist verboten. Das bedeutet: Verlage dürfen Großabnehmern, z.B. Warenhäusern, nicht allein deshalb bessere Konditionen einräumen als kleineren Händlern, weil Großabnehmer mehr Bücher beziehen. Zwar lässt sich aus § 6 Abs. 1 kein generelles Verbot mengenorientierter Händlerspannen entnehmen – sowohl Bundeskartellamt als auch die Gerichte haben umsatzorientierte Rabatte in gewissem Umfang stets toleriert. Jedoch darf die Schere nicht zu weit auseinander klaffen. § 6 Abs. 1 läuft damit im Ergebnis auf ein Verbot übermäßiger Rabattspreizung hinaus.

Der Gesetzgeber hat bewusst davon abgesehen, den Begriff der „Angemessenheit“ durch Festlegung konkreter Mindest- oder Höchststrabatte zu definieren. Die Festsetzung gesetzlicher Mindeststrabatte wäre – so sehr sie die Rechtsanwendung erleichtert hätte – angesichts der Vielschichtigkeit des Buchhandels und seiner Produkte kaum möglich gewesen. Eine Spanne kann für ein bestimmtes Buchsegment angemessen erscheinen und für ein anderes nicht, ein Rabatt, der in der Regel unangemessen niedrig ist, kann für ein extrem hochpreisiges Buch ausreichen.

Die Frage, ob ein Verlag die Vertriebs- und Beratungsleistung des Sortiments angemessen berücksichtigt, kann immer nur für den Einzelfall entschieden werden. Die Angemessenheit eines bestimmten Rabattsatzes kann dabei sowohl isoliert als auch im Gesamtgefüge beurteilt werden. Wenn ein Verlag dem Buchhandel Rabatte einräumt, die weit unterhalb dessen liegen, was Verlage in vergleichbaren Fällen einräumen oder wenn Verlage Buchhandlungen praktisch keine Möglichkeit ge-

ben, Gewinne zu erwirtschaften, spricht allein das für eine unangemessene Konditionengestaltung. In anderen Fällen wird sich die (Un)angemessenheit erst im Vergleich mit den Konditionen ergeben, die anderen Abnehmern eingeräumt werden. Indizien für eine unangemessene, das Sortiment benachteiligende Konditionengestaltung sind u.a.: Ungewöhnlich hohe Händlerspannen sowie eine breite Fächerung der Rabatte. Nach der bisherigen Spruchpraxis des Bundeskartellamts galten Händlerspannen über 50 % als Indiz für eine verteuernde Wirkung der Preisbindung – und waren im Ergebnis unzulässig. Diese Beschlusspraxis kommt zwar in Zukunft nicht mehr unmittelbar zur Anwendung – wohl aber dürfte die 50%-Marge als Indiz für eine unzulässige Rabattspreizung weiter eine Rolle spielen. Grundsätzlich sind Verlage nicht dazu verpflichtet, ihre Konditionen offen zu legen. Haben sich jedoch die Hinweise auf eine unzulässige, das Sortiment benachteiligende Rabattierung verdichtet oder sprechen Indizien für eine unangemessene Benachteiligung, wird Verlagen eine entsprechende Darlegungslast zufallen.

§ 6 Abs. 2, der eine Bevorzugung Branchenfremder verbietet, schreibt die Verpflichtung aus Abs. 1 konsequent fort: Branchenfremde dürfen nicht besser rabattiert werden, weil und soweit sie nicht den gleichen fachlichen Service erbringen wie der traditionelle Sortimentsbuchhandel. Die von Lebensmittelmärkten angebotenen Bücher etwa – fast ausnahmslos reine „Mitgehartikel“ - bedürfen keiner irgendwie gearteten Serviceleistung des Verkaufspersonals, geschweige denn, dass eine solche Serviceleistung erbracht werden soll.

§ 6 Abs. 3 verbietet Verlagen, den Zwischenbuchhandel schlechter zu rabattieren als Bucheinzelhändler. Diese Forderung, die mit der bisherigen Spruchpraxis des Bundeskartellamts übereinstimmt, trägt dem Umstand Rechnung, dass die Barsortimente bei der „flächendeckenden Versorgung der Leser mit Büchern“ eine wichtige Rolle spielen. Das nunmehr in Gesetzesform gegossene Benachteiligungsverbot hat außerdem rein wettbewerbsrechtliche Gründe. Zwar ist es Verlagen grundsätzlich freigestellt, ob sie die Barsortimente in ihr Absatzsystem einbeziehen. Wenn sie dies aber tun und von den Vertriebsleistungen des Barsortiments profitieren, dürfen sie den Zwischenbuchhandel nicht in seinen Wettbewerbschancen benachteiligen. Aus den Materialien zum BuchPrG geht hervor, dass in bestimmten Ausnahmefällen Bucheinzelhändlern höhere Rabatte

eingeräumt werden dürften als dem Zwischenbuchhandel. Danach ist es vorstellbar, dass ein Buchhändler als Ausgleich für zusätzliche sortimentsuntypische und besonders kostenträchtige Leistungen einen den Rabatt für Zwischenbuchhändler übersteigenden Händlerrabatt erhält. Nach bisheriger Spruchpraxis des Bundeskartellamtes liegt eine besondere, eine Höherrabattierung rechtfertigende Vertriebsleistung nicht schon dann vor, wenn sich ein Buchhändler in besonderer Weise im Novitätengeschäft engagiert. Auch in Zukunft ist eine restriktive Handhabung der Ausnahmeregelung unerlässlich, weil das Diskriminierungsverbot anderenfalls ausgehöhlt werden könnte.

Marktbeherrschende und marktmächtige Unternehmen unterliegen auch künftig dem kartellrechtlichen Diskriminierungsverbot (§ 20 GWB). Im Zweifel ist immer dann von einer marktbeherrschenden Stellung auszugehen, wenn ein Buch, z.B. ein wichtiges medizinisches Fachbuch, nicht substituierbar ist oder wenn ein bestimmter Titel, z.B. ein Bestseller, für das Sortiment unverzichtbar erscheint. In den vorgenannten Fällen darf der Verlag weder einzelne Händler ohne sachlich gerechtfertigten Grund von der Belieferung ausschließen, noch darf er einzelne Händler durch ungerechtfertigt schlechte Konditionen benachteiligen. Eine ungewöhnliche Rabattspreizung und extrem hohe Handelsspannen für Großabnehmer sind im Zweifel nicht nur als Verstoß gegen § 6 Abs. 1 BuchPrG zu qualifizieren, sondern stellen im Falle einer marktbeherrschenden Stellung gleichzeitig einen Kartellverstoß dar. Das kartellrechtliche Diskriminierungsverbot gilt damit insbesondere im Bereich der Bestseller weiter.

Die Folge von Preisbindungsverstößen

Wer gegen eine Vorschrift des BuchPrG verstößt, kann auf Schadensersatz und Unterlassung in Anspruch genommen werden (§ 9). Praktisch wichtigster Anwendungsfall werden mittelbare und unmittelbare Preisbindungsverstöße bleiben, jene Fälle also, in denen Bücher unterhalb des festen Ladenpreises an Letztabnehmer verkauft werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Preisbindungsverstoß durch den Buchhändler oder - bei einer Direktlieferung - durch den Verlag selbst begangen wird. Verlage können auch dann in Anspruch genommen werden, wenn sie ihrer Pflicht zur Festsetzung und Bekanntgabe gebundener Ladenpreise nicht nachkommen. Ein weiterer Anwendungsfall

ist der Vertrieb einer nach § 5 unzulässigen Parallelausgabe.

Liegt der begründete Verdacht nahe, dass ein Unternehmen gegen das BuchPrG verstoßen hat, kann ein Wettbewerber nach § 10 Abs. 1 Bucheinsicht verlangen. Das Bucheinsichtsrecht, bekannt aus dem Sammelrevers, ist insofern erweitert worden, als nunmehr auch Buchhändler – und nicht mehr wie zuvor lediglich Verlage – Offenlegung verlangen können. Welche Rolle dieses Instrumentarium zukünftig spielen wird, bleibt abzuwarten. Fest steht, dass die bloße Vermutung, der Konkurrent gewähre unzulässige Nachlässe, kein Einsichtsrecht auslösen kann. Dementsprechend ist es in der Vergangenheit vergleichsweise selten vorgekommen, dass der Preisbindungstreuhänder im Namen eines Verlages auf Offenlegung der Geschäftsunterlagen geklagt hat. Verstöße gegen das BuchPrG können – wie bisher – von jedem betroffenen Wettbewerber geltend gemacht werden (§ 9 Abs. 2 Nr. 1). Ein Buchhändler beispielsweise, der feststellen muss, dass ein regionaler Discountmarkt preisgebundene Bücher zu Schleuderpreisen auf den Markt wirft, kann sich unmittelbar an das für ihn zuständige Landgericht wenden und eine entsprechende Unterlassungsverfügung erwirken. Die meisten Marktteilnehmer scheuen aus verständlichen Gründen Mühen und Kosten einer häufig nervenaufreibenden gerichtlichen Auseinandersetzung. Vor diesem Hintergrund ist zu erwarten, dass Börsenverein, Landesverbände und der Preisbindungstreuhänder mindestens in dem gleichen Maße wie bisher damit befasst sein werden, Preisbindungsverstöße zu ahnden und die in diesem Zusammenhang erforderliche Aufklärungsarbeit zu leisten.

Das BuchPrG stattet Börsenverein, Landesverbände und Preisbindungstreuhänder in § 9 Abs. 2 Nrn. 2 und 3 mit einer eigenen Abmahnbefugnis aus. Die Stellung des Preisbindungstreuhänders ist insofern gestärkt worden, als dieser bei entsprechender Mandatierung im **eigenen** Namen Preisbindungsverstöße verfolgen kann. Bei der Ahndung von Preisbindungsverstößen konkurrieren die buchhändlerischen Fachverbände und der Preisbindungstreuhänder mit den sog. „qualifizierten Einrichtungen“. Das sind u.a. die Industrie- und Handelskammern sowie Verbraucherschutzverbände, die sich der Verfolgung – und Verhinderung – von Preisbindungsverstößen allerdings kaum mit der gleichen Intensität und dem gleichen „Knowhow“ widmen dürften wie Börsenver-

ein oder Preisbindungstreuhänder.

Die Möglichkeit, Unternehmen im Falle von Preisbindungsverstößen mit einer Vertragsstrafe zu belegen, besteht weiterhin. Wie bei sonstigen Wettbewerbsverstößen ist es üblich, den Verletzer, also denjenigen, der den Preisbindungsverstoß begangen hat, vor oder anstelle gerichtlicher Schritte abzumahnern und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung aufzufordern. Dabei handelt es sich um einen Vertrag, in dem sich der Verletzer gegenüber dem Verletzten verpflichtet, bei weiteren Verstößen eine Konventionalstrafe zu zahlen. Bei „gewöhnlichen“ Abmahnungen ist eine Vertragsstrafe allerdings erst dann fällig, wenn der Verletzer tatsächlich eine entsprechende Erklärung abgegeben und im Anschluss erneut gegen seine Pflichten verstoßen hat. In der Praxis erweist sich diese Vorgehensweise deshalb häufig als „stumpfes Schwert“. Anders die Konventionalstraferegelung des Sammelrevers: Dieses Instrumentarium ermöglicht es Verlagen (und Buchhandlungen) bereits beim ersten Verstoß, eine angemessene Vertragsstrafe festzusetzen und einzuziehen. Die Konventionalstraferegelung des Sammelrevers hat sich auch aus diesem Grund bewährt und als unerlässliches Instrumentarium erwiesen: Zum einen als vorbeugende Maßnahme zur Verhinderung möglicher Verstöße, zum anderen aber auch als wirksames Sanktionsmittel bei erfolgten Verstößen. Verlage haben auch in der Zukunft die Möglichkeit, an einer Konventionalstrafvereinbarung teilzunehmen. Der bisherige Sammelrevers gilt insoweit fort.

Die einschneidendste Sanktion bei Preisbindungsverstößen ist die Verhängung eines Lieferstops. Nach Verlautbarungen des Bundeskartellamtes dürfen Verlage auch künftig in begründeten Einzelfällen eine Belieferung einstellen, ohne mit dem Kartellrecht in Konflikt zu geraten. Als Grund für eine Liefereinstellung sind vor allem massive oder wiederholte Verstöße denkbar, aber auch eine konkrete faktische Gefährdung der Preisbindung. Wie bisher darf eine Lieferstopp nur verhängt werden, wenn alle anderen Möglichkeiten ausgeschöpft wurden oder „Gefahr im Verzug“ ist.

Preisbindung für Zeitschriften

Für Zeitungen und Zeitschriften bleibt es bei der Möglichkeit einer Preisbindung, d.h. Verlage haben wie bisher die Wahl, ob sie ihre Zeitungen oder Zeitschriften einer Preisbindung unterwerfen

wollen. Einschlägige Vorschrift ist § 15 GWB. Die Preisbindung für Publikumszeitungen und –zeitschriften erfolgt üblicherweise über das Presse-grosso. Für Verleger von Fachzeitschriften besteht weiterhin die Möglichkeit, ihre Preise über den insoweit modifizierten Sammelrevers zu binden.

Übergangsregelung

Das BuchPrG verpflichtet alle Verlage, für ihre Bücher verbindliche Ladenpreise festzusetzen und dem Handel bekannt zu geben. Diese Verpflichtung gilt – ohne Übergangsregelung – für grundsätzlich alle Verlage und alle Verlagsprodukte.

Verlage, die ihre Preise schon bislang binden, brauchen keine weiteren Vorkehrungen zu treffen. Nach § 11 werden alle Bücher, die bislang privat-rechtlich, insbesondere über den Sammelrevers gebunden sind, automatisch in eine gesetzliche Preisbindung überführt. Ausdrücklich gilt dies für alle Bücher, die zum 1. Oktober 2002 „in Verkehr gebracht worden“ sind – gemeint ist: zum 1. Oktober e r s c h i e n e n sind. Dieser Automatismus gilt nicht nur für alle Neuerscheinungen, sondern grundsätzlich für die gesamte noch preisgebundene „Backlist“.

Bücher, für die bislang lediglich unverbindliche Preisempfehlungen festgesetzt worden sind, werden nicht automatisch in eine Preisbindung überführt. Verlage, die bislang generell oder im Einzelfall unverbindliche Preisempfehlungen aussprechen, müssen die Preise für die betreffenden Bücher anpassen. Die Anpassung kann in der Weise geschehen, dass die als unverbindlich empfohlenen Ladenpreise in feste überführt werden oder dass von den bisher als unverbindlich gemeldeten Preisen abweichende Ladenpreise festgesetzt werden. Im Zweifel ist davon auszugehen, dass die bisher als unverbindlich empfohlenen Preise als „feste“ Preise gelten sollen. Im übrigen gilt die Verpflichtung zur Festsetzung gebundener Ladenpreise unabhängig vom Erscheinungszeitpunkt der betreffenden Bücher, d.h. es müssen auch solche Bücher in eine Preisbindung einbezogen werden, die vor mehr als 18 Monaten erschienen sind.

Nach dem Wortlaut des Gesetzes gilt die Preisbindungsverpflichtung auch für solche Bücher, für die der Verlag bereits die Ladenpreise aufgehoben hat und über das Moderne Antiquariat verramscht. Es wäre allerdings unsinnig und wirtschaftlich kaum

vertretbar, solche Bücher wieder in eine Preisbindung einzubeziehen. Börsenverein und Preisbindungstreuhandhaber haben sich deshalb mit dem Bundeswirtschaftsministerium dahin gehend verständigt, dass Bücher, für die der Verleger die Ladenpreise vor dem 1.10.2002 aufgehoben und die Aufhebung dem Sortiment bekannt gegeben hat, nicht mehr unter die Preisbindungsverpflichtung fallen. Dies sollte vom Verlag jedoch sicherheits-halber bekannt gemacht werden.

Verträge, die vor dem 1. Oktober geschlossen worden sind, müssen nach neuem Recht abgewickelt werden. Das hat u.U. Auswirkungen auf längerfristige Lieferverträge, wie sie z.B. im Schulbuchgeschäft abgeschlossen werden. Ab dem 1. Oktober beispielsweise dürfen Buchhändler keine Schulbuchnachlässe einräumen, die nicht mit dem BuchPrG zu vereinbaren sind, und zwar unabhängig davon, ob ihre Einräumung ursprünglich zulässig war (Bsp.: Nachlässe auf preisungebundene Bücher). Auf die Wirksamkeit des ursprünglichen Vertrages hat das grundsätzlich keine Auswirkung, in Einzelfällen bedarf der Vertrag einer Anpassung (§ 313 BGB).

II Glossar zum neuen Buchpreisbindungsgesetz

Abmahnbefugnis: Nach dem BuchPrG sind folgende Personen bzw. Einrichtungen befugt, Verstöße gegen die Preisbindung *abzumahn*en und vor Gericht zu bringen: Verleger und Buchhändler, etablierte Verbände wie der *Börsenverein* des Deutschen Buchhandels e. V. oder die buchhändlerischen *Landesverbände*, der *Preisbindungstreuhand*er sowie weitere qualifizierte Einrichtungen wie die Industrie- und Handelskammern oder Verbraucherschutzverbände.

Abmahnung: Bei der Abmahnung handelt es sich um eine im Wettbewerbsrecht entwickelte besondere Form der außergerichtlichen Durchsetzung von Unterlassungsansprüchen. Üblicherweise fordert hierbei ein betroffener Mitbewerber oder ein *abmahnbefugter* Verband den Verletzer auf, einen in der Vergangenheit begangenen Verstoß in Zukunft zu unterlassen. Gleichzeitig wird der Verletzer aufgefordert, eine vorformulierte „strafbewehrte“ Unterlassungserklärung zu unterzeichnen. Auch Verstöße gegen die Preisbindung können auf diese Weise abgemahnt werden. Bei eindeutiger Sach- und Rechtslage wird der Verletzer in aller Regel eine Unterlassungserklärung abgeben; anderenfalls müssen gerichtliche Schritte eingeleitet werden. → *Einstweilige Verfügung*; → *Preisbindungsverstöße, Rechtsfolgen von*; → *Vertragsstrafe, Wettbewerbsverstoß*; → *Musterformular „Vertragsstrafeversprechen“ im Anhang*

Antiquarische Bücher: Antiquarische Bücher, d. h. gebrauchte Bücher, die bereits in das Eigentum eines Endabnehmers übergegangen sind, unterliegen keiner Preisbindung (§ 3 Satz 2). Dies gilt auch dann, wenn das Buch nicht gelesen wurde und daher neuwertig ist. → *Modernes Antiquariat*

Atlanten: Atlanten unterliegen zwingend einer Preisbindung (§ 2 Abs. 1 Nr. 2)

Ausstellungskataloge: Ausstellungskataloge dürfen (nur) in der jeweiligen Ausstellung zu einem anderen, günstigeren Preis verkauft werden als im Buchhandel. Diese Sonderregelung hat der Gesetzgeber auf Wunsch von Museumsverbänden in die Gesetzgebungsmaterialien aufgenommen (Ausschussbericht zu § 5 Abs. 5).

Autoren, preisbindungsfreie Lieferungen an:

Verlage dürfen ihre Autoren preisbindungsfrei mit Bücher beliefern, die im eigenen Haus erschienen sind (§ 7 Abs. 1 Nr. 2). Voraussetzung ist, dass der Autor die jeweiligen Werke zum Eigenbedarf bezieht, sie also selbst behalten oder weiterverschenken möchte. Bei Mehrautorenwerken muss der Verlag prüfen, ob der Autor maßgeblichen Anteil an dem betreffenden Werk hat - nur dann darf er preisbindungsfrei beliefert werden.

Autoren als Wiederverkäufer: Autoren möchten die Vermarktung ihrer Bücher zuweilen selbst in die Hand nehmen. Das deckt sich nicht immer mit den Interessen der Verlage oder des Sortimentsbuchhandels. In diesem Fall haben Verlage die Möglichkeit, eine entsprechende Klarstellung im Verlagsvertrag vorzunehmen und ggf. ein generelles Verkaufsverbot zu vereinbaren. Anderenfalls müssen beide Seiten berücksichtigen, dass der Autor beim Weiterverkauf seiner Bücher in aller Regel den festen Ladenpreis berechnen muss. Nach § 3 sind alle, die Bücher gewerbs- und geschäftsmäßig verkaufen, zur Einhaltung des festen Ladenpreises verpflichtet. Das kann auch der Autor selber sein. Ein Fachbuchautor beispielsweise, der sein Buch auf Seminarveranstaltungen oder auf einer Lesereise professionell vermarktet, ist zur Einhaltung des festen Ladenpreises ebenso verpflichtet wie ein Buchhändler. Dagegen dürfte es an einer gewerbs- und geschäftsmäßigen Tätigkeit fehlen, wenn ein Schriftsteller sein Buch im Einzelfall an Dritte weiterverkauft. Nach Abschaffung der *Hörerscheine* ist nicht auszuschließen, dass Dozenten neue - nicht immer preisbindungskonforme - Wege suchen werden, um Studenten die eigenen Lehrbücher günstiger anbieten zu können. Verlage, die ihre Autoren als Wiederverkäufer beliefern, sollten diese vorsorglich darauf hinweisen, dass beim Wiederverkauf an Endabnehmer zwingend der feste Ladenpreis zu berechnen ist.

→ *Merkzettel „Hörerscheine“ im Anhang*

Backlist. Backlist ist ein Begriff für die bereits erschienenen und noch lieferbaren Titel eines Verlages. Nach dem BuchPrG müssen Verlage nicht nur für Neuerscheinungen, sondern auch für die gesamte Backlist verbindliche Ladenpreise festsetzen. Das gilt auch bzw. gerade für Verlage, die vor Inkrafttreten des BuchPrG keine Preisbindung praktiziert haben. → *Modernes Antiquariat*

Barzahlungsnachlässe. Barzahlungsnachlässe sind nach dem BuchPrG verboten: Weder darf ein Verlag Barzahlungsnachlässe als Sonderpreise fest-

setzen, noch darf ein Buchhändler entsprechende Vergünstigungen gewähren.

Barsortimentsrabatt. Barsortimentsrabatt ist der Rabatt, den ein Verlag dem Zwischenbuchhandel einräumt. Verlage können die Höhe des Barsortimentsrabatts grundsätzlich frei bestimmen. Allerdings dürfen die Barsortimente nicht schlechter rabattiert werden als große Bucheinzelhändler (§ 6 Abs. 3). Diese Vorschrift trägt dem Umstand Rechnung, dass die Barsortimente bei der Verbreitung des „Kulturguts Buch“ eine wichtige Rolle spielen und ihre Wettbewerbschancen nicht behindert werden dürfen. Aus den Materialien zum BuchPrG geht hervor, dass in bestimmten Ausnahmefällen Bucheinzelhändlern höhere Rabatte eingeräumt werden dürfen als den Barsortimenten. Danach ist es z. B. vorstellbar, dass ein Buchhändler als Ausgleich für zusätzliche sortimentsuntypische und besonders kostenträchtige Leistungen einen den Rabatt für Zwischenbuchhändler übersteigenden Händlerrabatt erhält. Nach der bisherigen Spruchpraxis des Bundeskartellamts liegt eine besondere, eine die Höherrabattierung rechtfertigende Vertriebsleistung nicht schon dann vor, wenn sich ein Buchhändler in besonderer Weise im Novitätengeschäft engagiert. Ferner dürfen auch Versandbuchhändlern Rabatte gewährt werden, die den Barsortimentsrabatt übersteigen. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt ist nicht absehbar, ob die Zivilgerichte diese Spruchpraxis aufrechterhalten oder abändern werden. Um einen Konflikt mit dem BuchPrG zu vermeiden, ist Verlagen eine restriktive Handhabung jeglicher Ausnahmetatbestände anzuraten.

Bekanntmachung von Ladenpreisen: Nach dem BuchPrG müssen Verlage ihre Ladenpreise in geeigneter Weise, z. B. in *Gesamtverzeichnissen*, in Verlagskatalogen, im „VLB“ oder auf den Verlagsrechnungen veröffentlichen (§ 5 Abs. 1). Dasselbe gilt für sämtliche Sonderpreise, u. a. für *Mengenpreise*, *Ladenpreisauhebungen* und *Ladenpreissenkungen* müssen dem Buchhandel ebenfalls in geeigneter Form bekannt gemacht werden; üblicherweise geschieht dies über die „Gelben Seiten“ des Börsenblatts. Verlage, die ihre Pflicht zur Bekanntmachung verletzen, können wegen Verstoßes gegen das BuchPrG *abgemahnt* werden.

Beschaffungskosten: Beschaffungskosten sind die Kosten, die durch die Beschaffung eines Buches beim Verlag oder Barsortiment entstehen. Beschaffungskosten dürfen grundsätzlich nicht an den Kunden weitergegeben werden. Ausnahms-

weise zulässig ist die Weiterbelastung von Beschaffungskosten in besonderen Fällen, z. B. bei Eilbestellungen. Nach der bisherigen Spruchpraxis des Kartellamtes gilt dies auch für *Zeitschriften*, *Zeitungen*, *Loseblattwerke* und *Ergänzungslieferungen*.

Bibliotheksnachlässe: → *Nachlässe für öffentliche Bibliotheken*; → *Nachlässe für wissenschaftliche Bibliotheken*

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.: Der Börsenverein zählt zu den nach dem BuchPrG mit einer eigenen *Abmahnbefugnis* ausgestatteten Einrichtungen (§ 9 Abs. 2 Ziff. 2). Von jeher gehört es zu den satzungsgemäßen Aufgaben des Börsenvereins, auf eine Einhaltung der preisbindungsrechtlichen Vorgaben im Buchhandel hinzuwirken und im Einzelfall entsprechende *Abmahnungen* vorzunehmen. Verbandsmitglieder können ihnen bekannt gewordene Verstöße gegen das BuchPrG auch in Zukunft an die Rechtsabteilung des Börsenvereins melden. Diese wird dann - in Absprache mit dem betreffenden Mitglied - die notwendigen Schritte veranlassen.

Branchenfremde: Branchenfremd im Sinne des BuchPrG sind Unternehmen, die dem Bereich der Nebenmärkte zuzuordnen sind, z. B. Papier-, Büro- und Schreibwarenhandlungen, Fachgeschäfte anderer Branchen, aber auch Billigmarktketten, Super- oder Lebensmittelmärkte. Verlage dürfen Buchhandlungen nicht zu schlechteren Konditionen beliefern als Branchenfremde (§ 6 Abs. 2). Hintergrund für diese Vorschrift ist der Umstand, dass Branchenfremde typischerweise nicht den gleichen fachlichen Service erbringen wie der traditionelle Sortimentsbuchhandel. Die von Lebensmittelmärkten angebotenen Bücher etwa - fast ausnahmslos reine „Mitnahmeartikel“ - bedürfen keiner irgendwie gearteten Serviceleistung des Verkaufspersonals, geschweige denn, dass eine solche Serviceleistung erbracht wird. Das Benachteiligungsverbot gilt auch bzw. gerade, wenn Branchenfremde Titel in hoher Stückzahl abnehmen. Bsp.: Ein Verlag beliefert einen Reiseveranstalter als Wiederverkäufer zu einem Rabatt, der weit höher ist als der dem Buchhandel gewährte. In diesem Fall vermag die hohe Abnahmemenge die günstigen Konditionen nicht zu rechtfertigen.

§ 6 Abs. 2 gilt in erster Linie für den Fall, dass ein Verlag den Buchhandel und Branchenfremde mit Büchern beliefert. Ungeachtet dieser Vorschrift dürfen Verlage ihre Vertriebs- und Absatzkanäle

auch künftig frei bestimmen. So muß ein Verlag, der Ratgeberliteratur durchgängig über Naturkostläden absetzt, den Sortimentsbuchhandel auch in Zukunft nicht in sein Absatzsystem einbeziehen. Vor diesem Hintergrund relativiert sich auch die Verpflichtung nach § 6 Abs. 2. Wer, wie im vorgenannten Beispielsfall, ausschließlich Branchenfremde beliefert, „bevorzugt“ in rechtlich zulässiger Weise Branchenfremde gegenüber dem traditionellen Buchhandel. → *Konditionengestaltung*

Buchclubausgaben: Die Zulässigkeit von Buchclubausgaben bestimmt sich nach § 5 Abs. 5. Danach kommt es auch in Zukunft auf das Zusammenspiel der bekannten Faktoren „Ausstattung“, „Preisunterschied“, „Abstand des Erscheinens“ und „Mitgliedsbindung“ an. Die im sog. *Potsdamer Protokoll* zusammengefassten Grundsätze sind deshalb weiter zu beachten. Kommt es zum Rechtsstreit, werden die Zivilgerichte prüfen, ob eine Clubausgabe preisbindungskonform ist. Dabei ist gut vorstellbar, dass die Gerichte einen strengeren Maßstab an die Zulässigkeit von Clubausgaben anlegen, als dies das Bundeskartellamt in der Vergangenheit getan hat. → *Parallelausgaben*

Bucheinsicht: → *Preisbindungsverstöße*

Buchpreisbindungsgesetz: Das am 1. 10. 2002 in Kraft getretene Buchpreisbindungsgesetz ordnet die Preisbindung für Bücher gesetzlich an. Die Gründe für diese Ausnahmeregelung sind kulturpolitischer Art. Der Gesetzgeber hat erkannt, dass feste Ladenpreise maßgeblich zum Erhalt einer intakten Buchhandelslandschaft beitragen - und damit dem Leser zugute kommen. Im Gesamtgefüge der Rechtsordnung ist das BuchPrG dem Wettbewerbsrecht zuzuordnen; soweit es die Preisbindung anordnet, ist es ein Spezialgesetz zum GWB.

Büchertische: In der Praxis kommt es häufiger vor, dass anlässlich einer bestimmten Veranstaltung (Kindergärten, Kirchengemeinden) sog. Bücher- bzw. Schriftentische organisiert werden. Der Buchhändler stellt in der Regel eine geeignete Auswahl an Büchern zur Verfügung, während der Büchertisch von einem Mitarbeiter des betreffenden Veranstalters betreut wird. Als Ausgleich für seine Bemühungen darf der betreffende Veranstalter eine Aufwandsentschädigung erhalten, die nach buchhändlerischer Tradition 10% nicht übersteigen sollte. In jedem Fall ist sicherzustellen, dass beim Verkauf der Bücher die festgesetzten Ladenpreise eingehalten werden und die Aufwandsent-

schädigung weder ganz noch teilweise in Geld oder Ware an die Endkäufer weitergegeben wird. Nach Inkrafttreten des BuchPrG ist der Veranstalter zwar bereits per Gesetz zur Einhaltung der Preisbindung verpflichtet. Gleichwohl kann es sich empfehlen, den Veranstalter eine zusätzliche Verpflichtungserklärung mit Vertragsstrafversprechen unterzeichnen zu lassen. Im übrigen darf nicht gewerblichen Vermittlern keine *Vermittlungsprovision* eingeräumt werden.

→ *Musterformular „Büchertischverkäufe“ im Anhang*

Bundlingangebote: → *Koppelungsangebote*

CD-ROM: CD-ROM, die in erster Linie lesbare Texte enthalten und überwiegend über den Buchhandel vertrieben werden, unterliegen nach dem BuchPrG zwingend einer Preisbindung. Bsp.: Das auch oder ausschließlich auf einem Datenträger abgespeicherte Nachschlagewerk oder Wörterbuch. CD-ROM und andere körperliche Datenträger, die in nennenswertem Umfang multimediale Elemente enthalten und sonstige interaktive Nutzungsformen bereitstellen, fallen im Zweifel nicht unter das BuchPrG. Entsprechendes gilt für Online-Angebote, die per Individualversand übermittelt oder zum Abruf bereitgehalten werden.

Citycardsysteme: → *Kundenbindungssysteme*

Direktgeschäft: Mit Direktgeschäft ist der Fall gemeint, das ein Verlag Endabnehmer direkt, d. h. unter Umgehung des Bucheinzel- und Zwischenbuchhandels, beliefert. Direktgeschäfte sind auch unter der Geltung des BuchPrG erlaubt. Dieses bezweckt zwar den Schutz des kleinen und mittelständischen Sortimentsbuchhandels und setzt letztlich dessen Vertriebsleistung voraus. Trotzdem bleibt es bei dem im Kern verfassungsrechtlich geschützten Recht jedes privaten Unternehmens, seine Vertriebs- und Absatzwege grundsätzlich frei zu gestalten.

Verlage müssen im Direktgeschäft zwingend die selbst festgesetzten Ladenpreise beachten, d. h. sie dürfen nur die Preise berechnen und nur die Nachlässe einräumen, die auch der Sortimentsbuchhändler berechnen oder einräumen dürfte. Dies gilt auch im Bereich des sog. Industriegeschäfts, wo typischerweise hohe Stückzahlen abgenommen werden. Gerade hier ist die Versuchung mitunter groß, den aus Sicht des Verlages „eingesparten“ Händler Rabatt an den Großkunden weiterzugeben oder diesem *Mengennachlässe* einzuräumen, die den

preisbindungsrechtlich erlaubten Rahmen sprengen. Beides ist unzulässig und kann mit den durch das BuchPrG zur Verfügung gestellten Instrumentarien geahndet werden. Im Einzelfall kann sich die Veranstaltung einer *Sonderauflage* empfehlen. In diesem Fall muss streng darauf geachtet werden, dass die im Regelfall günstigere Sonderausgabe anders und im Zweifel „schlechter“ ausgestattet ist als die Buchhandelsausgabe. Anderenfalls riskiert der Verlag, wegen Vertriebs einer unzulässigen *Parallelausgabe* abgemahnt zu werden.

Vom Direktgeschäft zu unterscheiden ist der Fall, dass ein Verlag einen Firmen- oder sonstigen Kunden als Wiederverkäufer beliefert.

Disketten: Disketten unterliegen in Zukunft zwingend einer Preisbindung, wenn und soweit sie überwiegend lesbare Texte oder Darstellungen enthalten und überwiegend über den Buchhandel vertrieben werden.

Diskriminierungsverbot: Das Diskriminierungsverbot ist ein Begriff aus dem Wettbewerbs- und Kartellrecht. Für den Buchhandel hat das Diskriminierungsverbot in verschiedenem Zusammenhang Relevanz.

Nach § 20 GWB unterliegen Unternehmen dem kartellrechtlichen Diskriminierungsverbot, wenn und soweit sie marktbeherrschend oder marktmächtig sind. Hierbei handelt es sich um keine auf Verlage oder den Buchhandel zugeschnittene, sondern um eine für alle Handelsstufen und für alle Branchen einschlägige Bestimmung. Adressat dieser Vorschrift sind deshalb nicht nur Verlage, sondern - bei Vorliegen einer entsprechenden Marktmacht - ebenso Zwischen- und Einzelbuchhändler. Außerdem kommt es bei § 20 GWB nicht darauf an, ob die betreffenden Verlagserzeugnisse preisgebunden sind oder nicht.

Ein Verlag hat im Zweifel insoweit eine marktbeherrschende Stellung, als ein Buch, z. B. ein wichtiges medizinisches Fachbuch, nicht substituierbar ist oder ein bestimmter Titel für das Sortiment - aus einer objektivierte(n) Warte gesehen - unverzichtbar erscheint. Das trifft im Zweifel auf alle Bestseller und sog. Longseller zu. Der Umstand, dass ein Verlag das ausschließliche Nutzungsrecht an einem bestimmten Werk innehat, begründet für sich genommen noch keine marktbeherrschende Stellung.

Eine verbotene Diskriminierung liegt vor, wenn ein Verlag Abnehmer der gleichen Handelsstufe ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt. Dieses Verbot läuft im Ergebnis auf eine - im Streitfall einklagbare - Lieferpflicht gegenüber Buchhändlern hinaus sowie auf eine - ebenfalls einklagbare - Pflicht zur Anwendung der gleichen Konditionen auf gleichartige Geschäfte. Buchhändler beispielsweise, die gleiche Vertriebs- und Serviceleistungen erbringen, müssen im Prinzip auch die gleichen Rabatte erhalten. Umsatzorientierte Rabattstaffeln sind erlaubt, weil jeder Abnehmer einer Handelsstufe grundsätzlich „gleich“ behandelt wird; eine zu große Fächerung der Rabatte kann jedoch eine verbotene Benachteiligung kleinerer Unternehmen darstellen. Nach ständiger Spruchpraxis des Bundeskartellamts bleibt es auch marktbeherrschenden Unternehmen unbenommen, die eigenen Vertriebs- und Absatzwege frei zu gestalten. Eine Diskriminierung des Buchhandels läge danach beispielsweise nicht vor, wenn ein Verlag den Buchhandel konsequent aus seinem Absatzsystem ausgeklammert hat. Nach der bisherigen Spruchpraxis des Bundeskartellamts liegt eine verbotene Behinderung vor, wenn ein Verlag den Barsortimenten niedrigere Rabatte einräumt als dem Einzelhandel. Für Verstöße gegen das kartellrechtliche Diskriminierungsverbot ist das *Kartellamt* zuständig.

Das BuchPrG enthält in § 6 Abs. 2 und 3 spezielle Diskriminierungstatbestände, die nur für preisgebundene Produkte gelten. Danach dürfen Verlage *Branchenfremden* keine besseren Konditionen einräumen als dem Sortimentsbuchhandel und Buch-einzelhändlern keine günstigeren Konditionen gewähren als den Barsortimenten. Auch § 6 Abs. 1 ist im weiteren Sinn als Diskriminierungsverbot kleinerer und mittelständischer Unternehmen zu verstehen. Der Anwendungsbereich von § 20 GWB und § 6 BuchPrG können, müssen sich aber nicht überschneiden. → *Barsortimentsrabatt*;
→ *Konditionengestaltung*

Einstweilige Verfügung: Eine einstweilige Verfügung ist eine vorläufige gerichtliche Anordnung (§§ 935 ff ZPO). Einstweilige Verfügungen spielen u. a. dann eine Rolle, wenn wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche, aber auch Unterlassungsansprüche nach dem BuchPrG, durchgesetzt werden sollen. Bsp.: Eine Buchhandlung bietet Bücher in einer großangelegten, zeitlich befristeten Werbekampagne zu Preisen an, die weit unterhalb des festen Ladenpreises liegen. Mitbewerber

brauchen in diesem Fall nicht abzuwarten, bis zum Abschluss eines u. U. langwierigen Hauptsacheverfahrens vollendete Tatsachen geschaffen worden sind, sondern können im Wege eines Verfügungsverfahrens ein vorläufiges Verkaufsverbot erreichen. Häufig, insbesondere bei eindeutigen Preisbindungsverstößen, wird der Verfügungsgegner die gegen ihn erwirkte Entscheidung anerkennen, so dass es zu einem Hauptsacheverfahren gar nicht kommt. Bei komplizierter Sach- und Rechtslage müssen die Risiken einer Einstweiligen Verfügung bedacht werden: Erweist sich eine Verfügung in einem späteren Hauptsacheverfahren als ungerechtfertigt, hat der Antragsteller sämtliche dem Antragsgegner aus der Vollziehung der Verfügung entstandene Schäden zu ersetzen (§ 945 ZPO).

Einzelreverse: Einzelreverse wurden in der Vergangenheit verwandt, um nicht gebundene Wiederverkäufer - häufig *Branchenfremde* - zur Einhaltung der Preisbindung zu verpflichten. Seit dem 1. 10. 2002 entsteht die Preisbindungsverpflichtung qua Gesetz. Deshalb haben Einzelreverse in der bisherigen Form und Funktion ihren Sinn verloren. Die Verwendung von Einzelreversen kann sich jedoch dann empfehlen, wenn die Preisbindungstreue eines Händlerkunden fraglich ist und zusätzlich abgesichert sein soll. Neben einem Hinweis auf die Gesetzeslage sollte in den Revers eine der bisherigen Konventionalstrafregelung vergleichbare *Vertragsstrafregelung* aufgenommen werden. → *Musterformular „Vertragsstrafversprechen“ im Anhang*

Ergänzungslieferungen: Ergänzungslieferungen unterliegen wie das Grundwerk zwingend einer Preisbindung (§ 2). Anders als bisher sind Ergänzungslieferungen ausnahmslos in die Nachlassregelung für Bibliotheken einbezogen. *Nachlässe für wissenschaftliche Bibliotheken*

Export: Bücher, die aus Deutschland exportiert werden, unterliegen grundsätzlich keiner Preisbindung. Eine Ausnahme gilt für die *Schweiz*. → *Grenzüberschreitende Lieferung*; → *Österreich*; → *Reimport*

Fachzeitschriften: Fachzeitschriften fallen nicht in den Anwendungsbereich des BuchPrG. Sie können im Preis gebunden werden; es besteht dazu aber keine Verpflichtung (§ 15 GWB). Verlage, die ihre Fachzeitschriften im Preis binden wollen, müssen dies wie in der Vergangenheit über ein privatrechtlich organisiertes Preisbindungssystem

tun. Der *Preisbindungstreuhänder* der Verlage stellt ein solches System – in Form eines sog. „Fachzeitschriftensammelreverses“ – weiterhin zur Verfügung. Verlage, die am früheren *Sammelrevers* teilgenommen haben und die Preise ihrer Fachzeitschriften auch zukünftig binden möchten, brauchen keine weiteren Veranlassungen zu treffen.

Fremdsprachige Bücher: Fremdsprachige Bücher unterliegen in aller Regel keiner Preisbindung. Für fremdsprachige Bücher deutscher Verlage gilt das BuchPrG nur, wenn diese überwiegend für den Absatz in Deutschland bestimmt sind (§ 2 Abs. 2). Dies ist regelmäßig nicht der Fall. So bleiben z. B. englischsprachige Publikationen deutscher Fach- und Wissenschaftsverlage preisbindungsfrei - sie können auch keiner wirksamen Preisbindung unterworfen werden. Ein Beispiel für Bücher, die in fremder Sprache verfasst und trotzdem für den Absatz auf dem deutschen Markt bestimmt sind, ist fremdsprachige Schullektüre. Fremdsprachige Titel müssen, soweit preisbindungsfrei, in *Gesamtverzeichnissen*, in Verkaufskatalogen, im „VLB“ sowie in Anzeigen mit dem Hinweis „*Unverbindliche Preisempfehlung*“ versehen werden. Kunst- oder Architekturbücher, die vollständig in Deutsch und Englisch verfasst sind, sind keine fremdsprachigen Bücher und unterliegen damit der Preisbindung. Preisbindungsfrei dagegen bleiben fremdsprachige Bücher, die aus dem Ausland *importiert* werden. → *Grenzüberschreitende Lieferungen*

Gefängnisbibliotheken: Gefängnisbibliotheken sind nicht nachlassberechtigt, weil sie nicht jedermann zugänglich sind.

Geringfügigkeit: → *Zugaben*

Gesamtverzeichnisse: Verlage müssen in Gesamtverzeichnissen und Verlagskatalogen die Ladenpreise für preisgebundene Verlagsserzeugnisse angeben. Da der feste Ladenpreis den „Normalfall“ darstellt, brauchen preisgebundene Verlagsserzeugnisse nicht als solche gekennzeichnet werden. Hingegen müssen sämtliche nicht gebundenen Produkte mit einer entsprechenden Kennzeichnung („*Unverbindliche Preisempfehlung*“) versehen werden. Dies gilt insbesondere für Bücher, für die der Verleger die Ladenpreisbindung aufgehoben hat, aber auch für *fremdsprachige Bücher*, für *Hörbücher*, *Videos*, *Kalender*, nicht gebundene *CD-ROM* und sonstige Non - Books. Außerdem müssen Verlage für den Verkauf in die *Schweiz* Frankendruckpreise angeben.

Dies gilt ausnahmsweise dann nicht, wenn ein Verkauf ausgeschlossen oder so gut wie ausgeschlossen ist. Für den Verkauf nach *Österreich* können *unverbindliche Preisempfehlungen* ausgesprochen werden. Eine Verpflichtung dazu besteht aber nicht.

Geschenke: Geschenke, d. h. Zuwendungen, die nicht an den Kauf eines Buches gekoppelt sind, sind preisbindungsrechtlich nicht zu beanstanden. Dies gilt im Prinzip auch dann, wenn Bücher verschenkt werden. Bedenken können sich in diesem Fall allenfalls aus wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten ergeben. Grundsätzlich verboten bleiben *Zugaben*, die an den Kauf eines Buches gekoppelt sind.

Globen: Globen unterliegen zwingend einer Preisbindung (§ 2 Abs. 1 Nr. 2).

Grenzüberschreitende Lieferungen: Bei grenzüberschreitenden Lieferungen sind verschiedene Konstellationen, insbesondere der *Import* und der *Export* deutscher und *fremdsprachiger Bücher*, auseinanderzuhalten.

Importe aus dem Ausland sind überwiegend preisbindungsfrei. Die meisten aus dem Ausland eingeführten Bücher sind *fremdsprachige Bücher* und fallen damit von vornherein aus dem Anwendungsbereich des BuchPrG heraus (§ 2 Abs. 2). Ein deutscher Versandbuchhändler beispielsweise, der Bücher aus dem angloamerikanischen Raum importiert, ist in seiner Preiskalkulation frei. Anders verhält es sich nur, wenn deutschsprachige Bücher eingeführt werden. Denkbar ist das z. B. bei Titeln aus *Österreich*, der *Schweiz* oder den Niederlanden. In diesem Fall muss der deutsche Händler für das betreffende Werk einen verbindlichen Ladenpreis festlegen, wobei er sich zwingend an den Vorgaben des ausländischen Verlages zu orientieren hat (§ 5 Abs. 2, 3).

Grenzüberschreitende Lieferungen an Endabnehmer sind grundsätzlich preisbindungsfrei. Ein deutscher Versandbuchhändler etwa, der Bücher deutscher Verlage an Endabnehmer in Brüssel oder Amsterdam liefert, ist an die (deutsche) Preisbindung ebensowenig gebunden wie der niederländische Händler, der Endkunden in Deutschland beliefert. Zur Preisfestsetzung beim *Import* deutschsprachiger Bücher siehe dort. Zum Sonderfall der Umgehung der deutschen Preisbindung siehe *Reimport*

Höchstrabatte: Das BuchPrG enthält keine Vorgaben über zulässige Höchststrabatte. Die bisherige Spruchpraxis des Bundeskartellamts, nach der Rabatte über 50 % ein Indiz für eine verteuernde Wirkung der Preisbindung darstellen und grundsätzlich unzulässig waren, findet keine unmittelbare Anwendung mehr. Um einen Konflikt mit dem BuchPrG zu vermeiden, ist Verlagen bei ihrer *Konditionengestaltung* gleichwohl anzuraten, den früheren Höchststrabatt auch künftig zu beachten. Denn auch in Zukunft dürften Rabatte über 50 % ein Indiz für eine nach § 6 Abs. 1 unzulässige Rabattspreizung sein. Außerdem ist es nach § 6 Abs. 3 grundsätzlich verboten, dem Bucheinzelhandel höhere Rabatte einzuräumen als den Barsortimenten. Auch unter diesem Gesichtspunkt ergibt sich eine rechtliche „Schallmauer“. *Konditionengestaltung*

Hörbücher: Hörbücher unterliegen keiner Preisbindung. Preisempfehlungen für Hörbücher müssen in Verkaufskatalogen, im VLB und anderen Werbemitteln als unverbindlich gekennzeichnet werden.

Hörerscheine: Das Institut des Hörerscheins ist mit Inkrafttreten des BuchPrG abgeschafft. Weder dürfen Verlage Hörerscheine ausstellen, noch dürfen Buchhandlungen entsprechende Nachlässe gewähren. Dies gilt ohne Übergangsfrist ab dem 1. Oktober 2002. Noch im Umlauf befindliche Hörerscheine dürfen nicht mehr eingelöst werden, wohl aber können Buchhandlungen Hörerscheine gegenüber den Verlagen innerhalb der üblichen Zeiträume abrechnen. In *Österreich* und in der *Schweiz* sind Hörerscheine weiter zulässig.
→ Merkzettel „Hörerscheine“ im Anhang

Import: Wer Bücher aus dem Ausland importiert, muss einen festen Ladenpreis für das importierte Buch festlegen (§ 5 Abs. 1). Importeur ist grundsätzlich jeder, der Bücher zum Zwecke der Weiterveräußerung aus dem Ausland beschafft, z. B. ein Versandbuchhändler, der für einen deutschen Kunden eine Auslandsbestellung durchführt. Importeur ist auch das Barsortiment, das Bücher ausländischer Verlage nach Deutschland einführt. Die *Preisfestsetzungspflicht* nach § 5 Abs. 1 erfährt durch § 2 Abs. 2 eine wichtige Ausnahme. Da fremdsprachige Bücher in aller Regel nicht unter das deutsche BuchPrG fallen, bleiben Importe aus dem Ausland überwiegend preisbindungsfrei. Der auf Import spezialisierte Versandbuchhändler beispielsweise, der Bücher aus dem angloamerikani-

schen Raum nach Deutschland einführt, ist an keine Preisbindung gebunden. Praktische Bedeutung hat die Festsetzungspflicht nach § 5 Abs. 1 allenfalls dann, wenn deutschsprachige Bücher nach Deutschland eingeführt werden. Denkbar ist dies insbesondere bei Importen aus der *Schweiz*, *Österreich* oder den Niederlanden. Dabei wäre es theoretisch möglich, dass für das gleiche Buch mehrere unterschiedliche Ladenpreise festgelegt werden. In der Praxis dürfte dieser Fall jedoch vergleichsweise selten vorkommen.

Wer deutschsprachige Bücher aus dem Ausland importiert, ist bei der Preisfestsetzung an bestimmte gesetzliche Vorgaben gebunden. So ist zunächst zu prüfen, ob der ausländische Verlag einen Preis für den Verkauf in Deutschland empfohlen hat. Bejahendenfalls ist dieser Preis für den deutschen Händler verbindlich. Hat, was regelmäßig der Fall sein dürfte, der ausländische Verleger keine Preisempfehlung ausgesprochen, ist bei der Preisfestsetzung der im Ausland geltende Nettopreis zuzüglich deutscher Umsatzsteuer als Mindestpreis zu Grunde zu legen (§ 5 Abs. 2). Sind die im Ausland geltenden Preise nicht ohne weiteres ermittelbar, empfiehlt es sich, den jeweiligen Lieferanten zur Mitteilung der Preise anzuhalten oder zu verpflichten. Wer Bücher aus einem Vertragsstaat der Europäischen Union importiert, nachdem er sie dort zu ungewöhnlich guten Konditionen eingekauft hat, darf die Preisvorteile nach Maßgabe von § 5 Abs. 3 an den deutschen Letztabnehmer weitergeben. Diese dem europäischen Kartellrecht geschuldete Bestimmung dürfte in der Praxis jedoch keine allzu große Bedeutung haben.

Indizierung: Auch indizierte Bücher unterliegen einer Preisbindung.

Internet: Das BuchPrG gilt auch für Buchverkäufe über das Internet. Soweit über das Internet grenzüberschreitende Verkäufe getätigt werden, gelten die für diesen Fall einschlägigen Regelungen. → *Grenzüberschreitende Lieferung*

Kalender: Kalender können erstmals mit Inkrafttreten des BuchPrG nicht mehr preisgebunden werden. Kalender in Buchform dagegen unterliegen zwingend einer Preisbindung. Verlage müssen Preise für ihre Kalender in *Gesamtverzeichnissen*, Verkaufskatalogen, Anzeigen sowie im „VLB“ als „unverbindlich“ kennzeichnen.

Kartografische Produkte: Kartografische Produkte wie *Atlanten*, *Landkarten* und *Globen* unterliegen zwingend einer Preisbindung (§ 2 Abs. 1 Nr. 2).

Kartellamt: Das Bundeskartellamt ist und bleibt zuständig für Verstöße gegen das kartellrechtliche *Diskriminierungsverbot* (§ 20 GWB). Dagegen hat das Kartellamt in anderen, praktisch wichtigen Bereichen seine Kompetenz zu Gunsten der Zivilgerichte verloren. Nach bisheriger Rechtslage konnte die Kartellbehörde die Preisbindung eines Verlages bei missbräuchlicher Handhabung aufheben. Ein Missbrauch lag z.B. vor, wenn ein Verlag das gleiche Produkt zu zwei verschiedenen Preisen vertrieb oder dem Buchhandel außergewöhnlich niedrige oder extrem hohe Rabatte einräumte. Mit Inkrafttreten des BuchPrG gibt es keine Missbrauchsaufsicht des Kartellamtes mehr. Verlage, die gegen das BuchPrG verstoßen, beispielsweise, indem sie eine unzulässige Preisspaltung betreiben oder den Buchhandel unangemessen schlecht rabattieren, verstoßen gegen das Gesetz und müssen mit zivilrechtlichen Sanktionen rechnen.

Kataloge: → *Gesamtverzeichnis*

Kindergärten: → *Büchertische*

Kollegenrabatt: Der Verkauf an sog. Kollegen - gemeint sind buchhändlerisch tätige Personen einschließlich der Antiquare - ist preisbindungsfrei. Privilegiert sind in erster Linie, aber nicht ausschließlich, die fest angestellten Mitarbeiter. Bei freien Mitarbeitern kommt es auf die Dauer ihrer Zugehörigkeit sowie auf ihre sonstige Vergleichbarkeit mit sonstigen Angestellten an. Kommanditisten einer KG und Gesellschafter einer GmbH können im Einzelfall als „Kollegen“ angesehen werden, nicht jedoch die Aktionäre einer AG oder die Mitglieder oder Angestellten einer Einrichtung oder Körperschaft, die einen Verlag betreibt. Zeitungsverlage und deren Angestellte sind ebenfalls keine „Kollegen“. Bei gemischten Betrieben, z. B. bei großen Warenhäusern, darf der Kollegenrabatt im Regelfall nur den Mitarbeitern zugute kommen, die in den buchhändlerischen Abteilungen arbeiten. Üblicherweise ist die Führung einer Verkehrsnummer, die von einem buchhändlerischen Verband vergeben wurde, Voraussetzung für die Belieferung mit Kollegenrabatt.

Kombinierte Objekte: Kombinierte Objekte aus Verlagserzeugnissen und anderen Waren unterliegen zwingend einer Preisbindung, wenn es sich bei der Hauptsache um ein Buch, um Musiknoten

oder um ein kartografisches Produkt handelt. Bsp: Sprachlehrbuch mit Übungskassette, Rechtshandbuch mit erläuternder CD (§ 2 Abs. 1 Ziff. 4)

Konditionenabsprache: Konditionenabsprachen sind nach dem Kartellrecht grundsätzlich verboten (§ 1, 14 GWB). Deshalb ist es z. B. den im *Börsenverein* organisierten Sparten verwehrt, verbindliche Absprachen über *Mindestrabatte* oder *Höchstrabatte* zu treffen. Das Verbot gilt sowohl für Absprachen zwischen den einzelnen Handelsstufen, z.B. den Verlagen und dem verbreitenden Buchhandel (vertikale Absprache) als auch für Absprachen zwischen Marktteilnehmern einer Sparte (horizontale Absprache). Zulässig dagegen sind Gespräche und Vereinbarungen über Rahmenbedingungen zur Bildung der Konditionengestaltung im Einzelfall.

Konditionengestaltung der Verlage: Verlage sind bei der Gestaltung ihrer Konditionen grundsätzlich frei. Dies gilt mit folgenden Einschränkungen: Marktbeherrschende oder marktmächtige Verlage unterliegen dem kartellrechtlichen *Diskriminierungsverbot* (§ 20 GWB). Außerdem macht das BuchPrG in § 6 verbindliche Vorgaben. Diese lauten verkürzt: Verlage müssen bei ihrer Preisfestsetzung und ihrer Konditionengestaltung die Serviceleistung des Buchhandels berücksichtigen; Verlage dürfen *Branchenfremde* nicht besser behandeln als den traditionellen Buchhandel und dürfen (großen) Bucheinzelhändlern keine besseren Konditionen einräumen als den *Barsortimenten*. Diese Vorgaben folgen unmittelbar aus dem Freistellungsprivileg bzw. aus Sinn und Zweck der Buchpreisbindung. Mit dem BuchPrG will der Gesetzgeber eine breite Titelvielfalt gewährleisten. Das wichtigste Mittel dazu ist der Erhalt und die Sicherung einer Vielzahl kleinerer und mittelständischer Buchhandlungen. Es ist deshalb nur konsequent und folgerichtig, dass diese Zielrichtung auch bzw. gerade in der Konditionengestaltung zum Ausdruck kommen muss. Die Verpflichtung der Verlage, die Vertriebsleistung des Buchhandels angemessen zu berücksichtigen, folgt im übrigen daraus, dass Buchhandlungen schlechte Bezugsbedingungen nicht - wie Einzelhändler anderer Branchen - durch Festsetzung höherer Endverkaufspreise ausgleichen können.

§ 6 Abs. 1 hat in erster Linie den „buchhändlerischen Normalfall“ im Auge, in dem ein Verlag seine Bücher schwerpunktmäßig über den Sortimentsbuchhandel vertreibt. In diesem Fall müssen

- und dürfen - Verlage bei der Kalkulation und Festsetzung der Buchpreise die vom kleineren und mittelständischen Buchhandel erbrachte Vertriebs- und Beratungsleistung mitberücksichtigen. Das läuft auf ein klares Verbot einer linearen Bemessung von umsatzorientierten Händlerspannen hinaus, d. h. Verlage dürfen Großabnehmern, z. B. Warenhäusern, nicht allein deshalb bessere Konditionen einräumen als kleineren Händlern, weil Großabnehmer mehr Bücher beziehen. Zwar sind mengenorientierte Händlerspannen nicht grundsätzlich verboten, jedoch darf die „Schere“ nicht zu weit auseinanderklaffen.

Die Frage, ob ein Verlag die Vertriebs- und Beratungsleistung des Sortiments angemessen berücksichtigt, kann immer nur für den Einzelfall entschieden werden. Die Angemessenheit eines bestimmten Rabattsatzes kann sowohl isoliert als auch im Gesamtgefüge beurteilt werden. Wenn ein Verlag dem Buchhandel Rabatte einräumt, die weit unterhalb dessen liegen, was Verlage in vergleichbaren Fällen einräumen, oder wenn Verlage Buchhandlungen praktisch keine Möglichkeit geben, Gewinne zu erwirtschaften, spricht allein das für eine unangemessene Konditionengestaltung. Der Gesetzgeber hat den Begriff der „Angemessenheit“ nicht näher, insbesondere nicht durch Festlegung konkreter *Mindest-* oder *Höchstrabatte* definiert. Die Festsetzung von *Mindestrabatten* wäre - so sehr sie die Rechtsanwendung erleichtert hätte - angesichts der Vielschichtigkeit des Buchhandels und seiner Produkte kaum möglich gewesen. In anderen Fällen wird sich die (Un)Angemessenheit erst im Vergleich mit den Konditionen ergeben, die anderen Abnehmern eingeräumt werden. Indizien für eine unangemessene, das Sortiment benachteiligende, Konditionengestaltung sind u. a. ungewöhnlich hohe Händlerspannen sowie eine breite Fächerung der Rabatte. Nach der bisherigen Spruchpraxis des Bundeskartellamts galten Händlerspannen über 50 % als Indiz für eine verteuernde Wirkung der Preisbindung - und waren im Ergebnis unzulässig. Die Beschlusspraxis zu den *Höchstrabatten* kommt zwar in Zukunft nicht mehr unmittelbar zur Anwendung, wohl aber dürfte die 50%-Marge als Indiz für eine unzulässige Rabattspreizung weiter eine Rolle spielen.

Was sich aus § 6 nicht ableiten lässt, ist eine grundsätzliche Verpflichtung der Verlage, den verbreitenden Buchhandel in ihr Vertriebsnetz einzubeziehen. Grundsätzlich bleibt es also bei der freien Wahl der Vertriebswege und Absatzstufen:

Verlage können entscheiden, ob sie ihre Bücher nur über den Sortimentsbuchhandel oder über den Sortimentsbuchhandel und über Nebenmärkte oder ausschließlich über Nebenmärkte - in der Terminologie des Gesetzes „*Branchenfremde*“ - vertreiben. Im Extremfall können Verlage ganz auf die Einbeziehung des Handels verzichten und ausschließlich *Direktgeschäfte* tätigen.

Die Vorgaben im BuchPrG zur Konditionengestaltung sind nicht nur Programmsätze, vielmehr werden dem verbreitenden Buchhandel rechtliche Instrumentarien an die Hand gegeben, gegen diskriminierende Maßnahmen der Verlage vorzugehen. Verlage, die gegen ihre Pflicht zur angemessenen Konditionengestaltung verstoßen, können von betroffenen Buchhandlungen auf Unterlassung und, bei Nachweis eines konkreten Schadens, auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden (§ 9).

Grundsätzlich sind Verlage nicht dazu verpflichtet, ihre Konditionen offen zu legen. Haben sich jedoch die Hinweise auf eine unzulässige, das Sortiment benachteiligende Rabattierung verdichtet oder sprechen Indizien für eine unangemessene Benachteiligung, fällt Verlagen eine entsprechende Darlegungslast zu.

Zur Konditionengestaltung der Verlage gegenüber Branchenfremden und Barsortimenten: → *Branchenfremde*, → *Barsortimentsrabatt*. Zur Möglichkeit, Vereinbarungen über angemessene Rabatte zu treffen, → *Konditionenvereinbarung*

Konventionalstrafe: → *Vertragsstrafe*

Koppelungsangebote: Koppelungsangebote sind Angebote, bei denen preisgebundene Ware gemeinsam mit nicht preisgebundener Ware angeboten wird. Häufig wird ein Gesamtpreis gebildet, der unterhalb der Summe der Preise liegt, der beim jeweiligen Einzelbezug zu zahlen wäre. Im buchhändlerischen Alltag kommen Koppelungsangebote in verschiedenen Formen vor. Vor Inkrafttreten des BuchPrG war es beispielweise üblich, dass Kommunen Schulbuchaufträge sowohl für preisgebundene als auch für nicht preisgebundene Schulbücher ausgeschrieben haben. Nach der Neuregelung wird es diese Konstellation nicht mehr geben, da in Zukunft grundsätzlich alle Schulbücher einer Preisbindung unterliegen. Weitere Beispiele für Koppelungsangebote: Ein Buch über Weine wird gemeinsam mit einer Flasche

Wein, ein anderes im Paket mit einem Handy angeboten; bei Seminarveranstaltungen ermäßigt sich der Preis für die Veranstaltung, wenn einschlägige Fachliteratur miterworben wird. Paketangebote sind preisbindungsrechtlich nicht per se verboten. In der Praxis stoßen sie jedoch häufig auf rechtliche Bedenken oder sind als *indirekte Verletzung* der Preisbindung zu qualifizieren. Verlage und Buchhandlungen, die preisgebundene und nicht preisgebundene Ware gemeinsam anbieten möchten, müssen zwingend darauf achten, dass der Gesamtpaketpreis niemals unterhalb des Preises des gebundenen Einzelpreises liegt. Wenn z. B. ein Weinführer 20 Euro und eine Flasche Wein 5 Euro kostet, darf der Gesamtpreis auf keinen Fall 20 Euro unterschreiten, auch darf in der Werbung nicht der Eindruck erweckt werden, als würde der gebundene Ladenpreis unterschritten. Ein mittelbarer Verstoß gegen die Preisbindung liegt nicht nur dann vor, wenn der Gesamtpreis unterhalb des gebundenen Einzelpreises liegt, sondern auch dann, wenn sich die Vergünstigung – wirtschaftlich betrachtet - aus der Handelsspanne ergibt. Das ist in aller Regel dann der Fall, wenn das nicht preisgebundene Produkt unterhalb der Beschaffungs- oder Einkaufskosten angeboten wird. Im vorgenannten Beispielsfall wäre im Zweifel auch ein Paketpreis in Höhe von 20 bis 22 Euro zu beanstanden. Als Faustformel gilt: Je knapper das nicht preisgebundene Produkt kalkuliert bzw. je geringer die Händlerspanne ist, desto eher liegt ein mittelbarer Verstoß gegen die Preisbindung vor, je mehr „Preisspielraum“ besteht, um so eher ist eine Preisvergünstigung zulässig. In der Praxis lässt sich nicht immer auf den ersten Blick feststellen, ob ein Koppelungsangebot gegen die Preisbindung verstößt oder nicht. Vielmehr setzt eine anschließende juristische Prüfung häufig entsprechende Sachverhaltsrecherchen voraus. Verlage und Buchhandlungen sollten um die Brisanz von Koppelungsangeboten wissen und ihre konkrete Ausgestaltung nach den vorerwähnten Grundsätzen ausrichten.

Krankenhausbibliotheken: Krankenhausbibliotheken dürfen in aller Regel nicht mit Bibliotheksnachlass beliefert werden, da sie gewöhnlich nur dem Krankenhauspersonal und/oder den Patienten zugänglich sind. Anders verhält es sich bei den Bibliotheken großer Universitätskliniken, die jedem wissenschaftlich Arbeitenden, insbesondere den Medizinstudenten, offen stehen.

Kundenbindungssysteme: Unter dem Begriff Kundenbindungssystem werden verschiedene Mo-

delle zusammengefasst, mit denen Unternehmen versuchen, ihre Kunden an sich zu binden. Das Grundprinzip ist fast immer das gleiche: Der Teilnehmer erhält mit jedem Kauf für einen bestimmten Umsatz eine bestimmte Anzahl von Punkten, die später in Geld oder in Sachprämien ausgezahlt werden. Überwiegend wird zwischen Rabatt- und Prämiensystemen unterschieden. Bei Rabattsystemen erhält der Kunde eine Anzahl von Punkten, die er später in Geld eintauschen kann, bei Bonus- und Prämiensystemen sind es Sachprämien. Dabei kann die Einlösung der Punkte jeweils vom Erreichen einer bestimmten Punktezahl oder vom Ablauf einer bestimmten Zeit abhängig gemacht werden. Denkbar ist auch eine Mischung der beiden Systeme, bei denen der Kunde zwischen Geldrabatten und Prämien wählen kann

Seit Wegfall von Rabattgesetz und Zugabeverordnung sind Kundenbindungssysteme grundsätzlich erlaubt. Eine Ausnahme gilt für den Bereich preisgebundener Produkte. In Hinblick auf das BuchPrG sind einer Teilnahme von Buchhandlungen an Kundenbindungssystemen enge Grenzen gezogen, und zwar unabhängig davon, ob es sich um eine *Internet-* oder um eine stationäre Buchhandlung handelt. Nach dem BuchPrG darf die Preisbindung weder direkt verletzt noch indirekt, z. B. durch die Gewährung von *Zugaben*, umgangen werden. Viele bereits existierende Kundenbindungsmodelle werden diesen Vorgaben nicht gerecht.

Die Teilnahme von buchhändlerischen Unternehmen an einem Kundenbindungssystem ist unter den folgenden Voraussetzungen zulässig: Erstens muß das Konzept so ausgestaltet sein, dass die gesammelten Punkte ausschließlich in Sachprämien eingelöst werden können. Zweitens muss die Prämie absolut geringwertig sein oder darf - bezogen auf den getätigten Umsatz - wirtschaftlich nicht ins Gewicht fallen (vgl. § 7 Abs. 4 . Ziff. 1) Nach der Spruchpraxis des *Preisbindungstreuhänders* ist die Geringwertigkeitsgrenze bei ca. 2% vom getätigten Umsatz anzusiedeln. Wer also einen Umsatz in Höhe von 100 Euro tätigt, darf eine Sachprämie im Wert von maximal 2 Euro erhalten, bei einem Umsatz von 1000 Euro liegt die Wertigkeit bei 20 Euro. Bei der Ermittlung des Sachwertes ist von dem Preis auszugehen, der für das betreffende Produkt üblicherweise gezahlt wird. Bei preisgebundenen Artikeln ist dies der gebundene Ladenpreis. Soweit der Wert der Prämie - nicht offenkundig falsch - angezeigt ist, darf der angegebene

Wert zugrunde gelegt werden. Prämien dürfen weder im Rahmen des Schulbuchgeschäfts noch im Bibliotheksgeschäft ausgelobt werden - die gesetzlichen Nachlaßstatbestände sind insoweit abschließend. Schließlich muss das Kundenbindungssystem den sonstigen wettbewerbsrechtlichen Vorgaben, insbesondere dem Transparenzgebot, genügen. So muss z. B. jeder Teilnehmer darüber informiert sein, welche Leistung er für seine Punkte erhalten kann; umgekehrt dürfen keine Vorteile vorgetauscht werden, die in Wirklichkeit nicht existieren.

Die Teilnahme an einem Rabattsystem, bei dem die gutgeschriebenen Meilen in bar ausgezahlt oder mit anderen Käufen verrechnet werden können, ist nach dem BuchPrG unzulässig. Beispiel für eine solche Klausel: „Der Teilnehmer kann Auszahlung oder Verrechnung der xy Punkte verlangen, wenn die Karte ein Punkteguthaben von xy-Punkten aufweist.“ Viele „Citycardmodelle“, bei denen sich mehrere regionale Einzelhändler zu einer Gemeinschaft zusammenschließen, basieren auf dieser Grundidee. Auch nach Inkrafttreten des BuchPrG bleibt Buchhandlungen die Teilnahme an solchen Zusammenschlüssen verwehrt, und zwar unabhängig davon, ob die Geringfügigkeitsgrenze überschritten wird oder nicht. Die Teilnahme an einem Mischsystem, bei dem der Teilnehmer zwischen Geldrabatt und Prämie wählen kann, ist aus den genannten preisbindungsrechtlichen Gründen ebenfalls ausgeschlossen. Stets zulässig ist die Teilnahme an einem Rabatt- oder Prämiensystem, wenn ausschließlich nicht preisgebundene Artikel in das System einbezogen werden. Bsp.: Punkte werden nur auf Titel aus dem Bereich des *Modernen Antiquariats*, auf *Multimedia-CD-ROM* oder sonstige „Non- Books“ gutgeschrieben.

Ladenpreisauflhebung: Wie vor Inkrafttreten des BuchPrG können Verlage den festen Ladenpreis für ein Buch aufheben und über den Buchhandel oder darauf spezialisierte Vertriebsfirmen „verramschen“. Dies darf allerdings nicht vor Ablauf von 18 Monaten nach Erscheinen des Titels geschehen. Nach § 8 kann die Preisbindung für ein Buch beendet werden, das zu einer vor mindestens 18 Monate hergestellten Druckauflage gehört. In bestimmten Ausnahmefällen, z. B. bei schnell veraltenden Publikationen oder bestimmten Ereignisbüchern, kann die Preisbindung sogar vor Ablauf von 18 Monaten beendet werden. Ladenpreisauflhebungen müssen auch in Zukunft angezeigt werden. Im Regelfall geschieht dies über die „Gelben

Seiten“ des Börsenblatts - mit der bekannten Vorlaufzeit von 14 Tagen. Ebenfalls unverändert bleibt das *Remissionsrecht* des Buchhandels bei Ladenpreisaufhebungen und -herabsetzungen. Danach muss der Verlag innerhalb der letzten 12 Monate vom Buchhändler bezogene Exemplare zurücknehmen, wenn der Anspruch innerhalb von sechs Wochen ab Bekanntgabe der Preisänderung geltend gemacht wird (§ 3 Abs. 6 *Verkehrsordnung*). Verlage, die nach erfolgter Ladenpreisaufhebung weiter Bruttopreise angeben möchten, müssen diese zwingend als „unverbindlich“ kennzeichnen. Alternativ kann der Verlag ganz auf die Angabe von Bruttopreisen verzichten. → *Preisbindung, Dauer-*

Ladenpreissenkung: Verlage können gebundene Ladenpreise grundsätzlich jederzeit reduzieren. Verboten bleiben - wie in der Vergangenheit - irreführende Praktiken und solche, die auf eine Umgehung der Preisbindung hinauslaufen. Unzulässig sind z.B. Ladenpreissenkungen im Rahmen kurzfristiger Marketingaktionen („Jonglieren mit gebundenen Preisen“). Ladenpreissenkungen müssen auch in Zukunft angezeigt werden. Im Regelfall geschieht dies über die „Gelben Seiten“ des Börsenblatts - mit der bekannten Vorlaufzeit von 14 Tagen. Nach § 3 Ziff. 6 der *Verkehrsordnung* sind Verlage bei Ladenpreissenkungen verpflichtet, innerhalb der letzten 12 Monate vom Abnehmer bezogene und dort vorrätige Exemplare zurückzunehmen oder - wahlweise - den Unterschied der Nettopreise zu vergüten, wobei diese nach dem ursprünglich gewährten Rabattsatz zu berechnen sind.

Landesverbände, buchhändlerische: Die Landesverbände gehören nach § 9 zu den mit einer eigenen *Abmahnbefugnis* ausgestatteten Einrichtungen. Verbandsmitglieder, die von preis- und wettbewerbswidrigen Praktiken anderer Marktteilnehmer betroffen sind, haben auch in Zukunft die Möglichkeit, sich an ihren Landesverband zu wenden, der dann - ggf. in Absprache mit der Rechtsabteilung des *Börsenvereins* - die notwendigen Schritte veranlasst.

Landkarten: Landkarten unterliegen zwingend einer Preisbindung. Das gilt auch für Wandkarten für den Schulgebrauch, und zwar unabhängig davon, ob diese über den Buchhandel oder den Lehrmittelhandel vertrieben werden.

Lehrerfreistück: Als Lehrerfreistück werden Gra-

tisexemplare bezeichnet, die einem Lehrer im Rahmen einer Klassenbestellung dazugegeben werden. Die kostenlose Abgabe eines Lehrerfreistücks durch eine Buchhandlung im Zusammenhang mit einer Sammelbestellung ist unzulässig und stellt einen Verstoß gegen das BuchPrG dar. Lehrerfreistücke sind *keine Lehrerprüfstücke*, die der Lehrer dann bestellt, wenn er sich noch nicht für eine bestimmte Klassenlektüre entschieden hat. Zum Sonderfall der Zugabe von geringem Wert → *Zugabe*

Lehrerprüfstücke: Lehrerprüfstücke sind Exemplare, die ein Lehrer bestellt, um sie auf ihre Unterrichtstauglichkeit zu prüfen. Der Lehrer bezieht sie also, *bevor* er oder die Schule eine Sammelbestellung aufgibt. Lehrerprüfstücke sind keine zusätzlichen Exemplare, die dem Lehrer im Rahmen einer Klassensatzbestellung gratis dazugegeben werden (*Lehrerfreistück*). In diesem Fall ist die Entscheidung für das betreffende Werk augenscheinlich gefallen und eine Prüfung nicht mehr erforderlich. Die Lieferung von Lehrerprüfstücken an Lehrer ist von der Preisbindung ausgenommen, d. h. sie können zu einem beliebigen Nachlass oder auch ganz umsonst an Lehrer abgegeben werden. Mit Lehrer sind Lehrkräfte an öffentlichen bzw. vergleichbaren Schulen in privater Trägerschaft gemeint, nicht jedoch sonstige Dozenten anderer Einrichtungen. Zuweilen tendieren buchhändlerische Unternehmen dazu, die Möglichkeit der *preisbindungsfreien Lieferung* von Lehrerprüfstücken gezielt als Marketinginstrument einzusetzen. Das ist preisbindungsrechtlich bedenklich - insoweit ist eine restriktive Handhabung dringend anzuraten. Zum Sonderfall der Zugabe von geringem Wert → *Zugabe*

Liefersperre: Verlage dürfen ihre Händlerkunden nur in ganz wenigen begründeten Ausnahmefällen mit einer Liefersperre belegen. Nach Verlautbarungen des Bundeskartellamtes darf auch künftig in begründeten Einzelfällen die Belieferung einer Buchhandlung eingestellt werden, wenn dies zum Schutz der Preisbindung zwingend erforderlich ist. Als Grund für eine solche Maßnahme sind vor allem massive oder wiederholte Verstöße gegen das BuchPrG denkbar, aber auch eine konkrete faktische Gefährdung der Preisbindung. Wie bisher, darf eine Liefersperre nur verhängt werden, wenn alle anderen Möglichkeiten ausgeschöpft wurden oder „Gefahr im Verzug“ ist. → *Preisbindungsverstöße*

Loseblattwerke: Loseblattwerke werden vom Verlag als Ordnerwerk, d. h. nicht gebunden, hergestellt und ausgeliefert. Loseblattwerke unterliegen zwingend einer Preisbindung. Außerdem sind Loseblattwerke ausnahmslos in die Nachlassregelung für Bibliotheken einbezogen. → *Nachlässe für wissenschaftliche Bibliotheken*

Mängelexemplare: Mängelexemplare sind ursprünglich einwandfreie Verlagserzeugnisse, die äußerlich erkennbare Schäden (z. B. abgescheuerter Einband, Beschmutzung durch häufiges Anfassen, Flecken, Transportschäden) aufweisen. Mängelexemplare dürfen ausnahmsweise unterhalb des festen Ladenpreises an Endkunden weitergegeben werden - sie unterliegen keiner Preisbindung (§ 7 Abs. 1 Nr. 4). Um eine Irreführung zu vermeiden, sind mangelhafte Verlagserzeugnisse in Verkaufskatalogen, Prospekten und anderen Werbemitteln ausdrücklich als Mängelexemplare zu kennzeichnen (§§ 3 UWG, Ziff. V der *Wettbewerbsregeln* des Börsenvereins). → *Preisbindungsfreie Lieferung*

Marktbeherrschung → *Diskriminierungsverbot*

Mengenpreise: Verlage dürfen Mengenpreise festsetzen für den Fall, dass ein Endabnehmer eine größere Menge des gleichen Titels abnimmt (§ 5 Abs. 4 Nr. 2). Der Mengenpreis gilt nur für Käufe desselben Endabnehmers zum Eigenbedarf, nicht aber für Sammelbestellungen mehrerer Einzelpersonen, die auf diese Weise versuchen, in den Genuss von Mengennachlässen zu kommen. Typisches Beispiel für eine nachlassfähige Mengenbestellung ist der Einkauf einer größeren Anzahl des gleichen Titels durch eine Firma, die Bücher an wichtige Kunden weiterverschenken will. Mengennachlässe dürfen im Regelfall 20-25% des Einzelverkaufspreises nicht übersteigen. Hat ein Verlag Mengenpreise festgesetzt, sind diese für den Buchhändler ebenso verbindlich wie der reguläre Ladenpreis. Das heißt umgekehrt, dass der Verlag seine Mengenpreise in der gleichen transparenten Weise bekannt zu geben hat wie den Normalpreis. Verlage, die nicht für die nötige Transparenz sorgen, können auf Unterlassung und ggf. auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden.

Mindestrabatte: Das BuchPrG schreibt Verlagen keine verbindlichen Mindesttrabatte vor. Allerdings sind Verlage verpflichtet, die Vertriebs- und Serviceleistung des Buchhandels angemessen zu berücksichtigen. Ein Verstoß gegen diese Ver-

pflichtung kann durch die Geltendmachung von Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen sanktioniert werden (§ 6 Abs. 1 i. V. mit § 9).

→ *Konditionenabsprache*, → *Konditionengestaltung*

Mindestvermehrungsetat: Nach Inkrafttreten des BuchPrG brauchen Bibliotheken keinen Mindestvermehrungsetat mehr aufzuweisen, um in den Genuss von Nachlässen zu kommen.

Moderne Antiquariat: Der Begriff des Modernen Antiquariats umfasst einmal Bücher, die nicht mehr der Preisbindung unterliegen und daher zu herabgesetzten Ladenpreisen vertrieben werden. Dazu zählen insbesondere Restauflagenexemplare von Titeln, für die der Verlag die Preisbindung ordnungsgemäß aufgehoben hat sowie *Mängelexemplare* von ansonsten lieferbaren und preisgebundenen Titeln. Das BuchPrG bringt für diesen Bereich keine Veränderung mit sich. Der Begriff Modernes Antiquariat umfasst aber auch solche Bücher, die eigens für spezielle Vertriebswege produziert werden, oft nur eine kurze „Lebensdauer“ haben und bislang in aller Regel keiner Ladenpreisbindung unterlagen. Für einige Verlage einschließlich der betreffenden Vertriebsfirmen bedeutet das BuchPrG einen echten Einschnitt. Denn nunmehr müssen nicht nur alle Bücher zwingend in eine Preisbindung einbezogen werden, die Preisbindung kann für den einzelnen Titel auch erst frühestens 18 Monate nach Erscheinen aufgehoben werden. Für andere MA-Verlage werden die Änderungen weniger gravierend sein: Anstelle fester Ladenpreise haben einige Verlage in der Vergangenheit „*unverbindliche Preisempfehlungen*“ ausgesprochen, die vom verbreitenden Buchhandel in aller Regel ebenso beachtet wurden wie gebundene Ladenpreise.

Musikalien: Musikalien, insbesondere Noten und Notenbücher, unterliegen zwingend einer Preisbindung.

Nachlässe: Im BuchPrG ist eindeutig und abschließend festgelegt, wann und unter welchen Bedingungen Wiederverkäufer einen Nachlass auf den gebundenen Ladenpreis gewähren dürfen. Das BuchPrG sieht zwei Nachlasstatbestände vor, nämlich die *Schulbuchnachlässe* einerseits sowie die *Nachlässe für öffentliche und wissenschaftliche Bibliotheken* andererseits.

Nachlässe für öffentliche Bibliotheken: Nach dem BuchPrG dürfen bestimmten, abschließend genannten Büchereien mit öffentlich-rechtlichem

Träger Bibliotheksnachlässe in Höhe von 10 % eingeräumt werden. Diese sind: Kommunale Büchereien, Landesbüchereien, konfessionelle Büchereien sowie Truppenbüchereien der Bundeswehr und des Bundesgrenzschutzes (§ 7 Abs. 2). Voraussetzung für eine Nachlassgewährung ist stets, dass die Bibliothek von ihrer Zweckbestimmung her jedermann zugänglich ist, d. h. es genügt nicht, dass Interessierte nur im Einzelfall Zugang erhalten. Deshalb sind z. B. *Gefängnisbücherein* nicht nachlassprivilegiert; in aller Regel gilt Entsprechendes für *Krankenhausbüchereien*. Gegenüber der bisherigen Rechtslage ergibt sich eine Änderung insoweit, als die Nachlassmöglichkeit bei Vorliegen der sonstigen Voraussetzungen auf sämtliche konfessionellen Bibliotheken ausgedehnt worden ist, d. h. auch jüdischen oder islamischen Büchereien darf erstmalig ein Nachlass eingeräumt werden. Bei der Vorschrift über die Bibliotheksnachlässe handelt es sich um eine abschließende Regelung. Deshalb dürfen im Bibliotheksgeschäft keine *Zugaben* gewährt werden, soweit dadurch die zulässigen Bibliotheksnachlässe überschritten werden. Anders als bei der Regelung über die *Schulbuchnachlässe* handelt es sich bei den Bibliotheksnachlässen um eine „Kann-Bestimmung“. Buchhandlungen sind damit nicht verpflichtet, Bibliotheken entsprechende Nachlässe einzuräumen. → *Schülerbibliotheken*

Nachlässe für wissenschaftliche Bibliotheken: Nach dem BuchPrG darf wissenschaftlichen Bibliotheken, die jedem wissenschaftlich Arbeitenden zugänglich sind, ein Bibliotheksnachlass in Höhe von 5 % eingeräumt werden (§ 7 Abs. 2). Anders als nach der bisherigen Rechtslage sind nicht nur öffentlich-rechtliche, sondern auch private Träger begünstigt. Damit erhalten erstmals große Werks- und Unternehmensbibliotheken die Möglichkeit, Bücher mit Nachlass einzukaufen. Voraussetzung ist stets, dass die Bibliothek von ihrer Zweckbestimmung her jedem wissenschaftlich Arbeitenden zugänglich ist, d. h. es genügt nicht, dass Interessierte nur im Einzelfall Zugang erhalten. Neu ist ferner, dass der Nachweis eines bestimmten Mindestvermehrungsetats nicht mehr erforderlich ist. Schließlich liegt eine weitere - praktisch wichtige - Neuerung darin, dass *Ergänzungslieferungen* und *Loseblattwerke* ohne Ausnahme in die Nachlassregelung einbezogen sind. Bei der Bestimmung über die Bibliotheksnachlässe handelt es sich um eine abschließende Regelung. Deshalb dürfen im Bibliotheksgeschäft keine *Zugaben* gewährt werden, soweit dadurch die zulässigen Bi-

bliotheksnachlässe überschritten werden. Anders als bei der Regelung über die *Schulbuchnachlässe* handelt es sich bei den Bibliotheksnachlässen um eine „Kann-Bestimmung“. Buchhandlungen sind damit nicht verpflichtet, Bibliotheken entsprechende Nachlässe einzuräumen.

Nebenleistungen, handelsübliche: Handelsübliche Nebenleistungen dürfen im Zusammenhang mit einem Buchkauf erbracht werden, ohne dass sich daraus ein Konflikt mit der Preisbindung ergibt (§ 7 Abs. 4 Nr. 4). Literaturrecherchen etwa, die im direkten Zusammenhang mit einem Buchkauf stehen, entsprechen einem handelsüblichen Service. Dagegen fallen z. B. Inventarisierungsarbeiten im Schulbuchgeschäft nicht mehr unter den üblichen Service und dürfen nur gegen einen entsprechenden Aufpreis erbracht werden. Was handelsüblich ist, steht nicht ein für alle Mal fest. In Zweifelsfällen muss durch eine Umfrage unter den „beteiligten Verkehrskreisen“ ermittelt werden, welche Nebenleistungen handelsüblich sind und damit ohne Aufpreis erbracht werden dürfen.

Nebenmärkte: → *Branchenfremde*

Nullrabatt: Unter dem Schlagwort „Lieferung zum Nullrabatt“ werden die Fälle zusammengefasst, in denen ein Verlag Buchhandlungen ohne Rabatt beliefert, d. h. den vollen Ladenpreis in Rechnung stellt. Die Zulässigkeit einer solchen Vorgehensweise hängt maßgeblich davon ab, ob und in welchem Umfang der entsprechende Verlag den Buchhandel in sein Vertriebsnetz einbezieht. Ein Verlag, der den Buchhandel in sein Absatzsystem integriert hat bzw. von dessen Vertriebs- und Serviceleistungen profitiert, muss den Buchhandel nach § 6 Abs. 1 angemessen rabattieren. Eine Lieferung zum Nullrabatt stellt in diesem Fall einen Verstoß gegen das BuchPrG dar. Andererseits können Verlage ihre Vertriebswege frei gestalten, d. h. es ist ihnen nicht verwehrt, ganz auf die Vertriebsleistung des Sortimentsbuchhandels zu verzichten. Das Prinzip der Wahlfreiheit der eigenen Absatzwege ist mit der Frage der Konditionengestaltung eng verknüpft. Wenn ein Verlag den Sortimentsbuchhandel konsequent aus seinem Absatzsystem herausnimmt, ist ein solcher Verlag auch nicht gezwungen, Buchhändlern bei entsprechenden Einzelanfragen einen Rabatt einzuräumen bzw. er darf, wenn der Buchhändler das betreffende Buch gleichwohl beziehen will, grundsätzlich zum „Nullrabatt“ liefern. Allerdings kommt es auch hier stets auf den

Einzelfall an. So kann sich z.B. im Falle einer *Marktbeherrschung* eine andere rechtliche Beurteilung ergeben.

Die Frage, ob ein Verlag grundsätzlich berechtigt ist, zum „Nullrabatt“ zu liefern, ist von der Frage zu unterscheiden, zu welchen Konditionen eine Bestellung im konkreten Einzelfall zustande gekommen ist. Eine Buchhandlung, die bei einem Verlag eine Bestellung aufgibt, darf mangels entgegenstehender Verlautbarungen erwarten, mit Buchhändlerabatt beliefert zu werden, zumal dies dem Handelsbrauch entspricht (§ 346 HGB). Beabsichtigt ein Verlag, eine eingehende Bestellung zum Nullrabatt auszuführen, muss er den Buchhändler hierüber vor Ausführung einer Bestellung unterrichten. Führt der Verlag die Bestellung ohne Aufklärung aus und stellt er dem Buchhändler den vollen Ladenpreis in Rechnung, so muss dies der Buchhändler im Zweifel nicht gegen sich gelten lassen.

Österreich: In Österreich gilt ein Preisbindungsgesetz, das dem deutschen BuchPrG in vielen Punkten ähnelt. Hier wie dort sind Verlage dazu verpflichtet, für ihre Buchproduktion Ladenpreise festzusetzen, die vom Handel eingehalten werden müssen. Die Vorschriften für den Import von Büchern aus dem jeweiligen Nachbarland gelten spiegelbildlich. So sind Importeure in Österreich verpflichtet, für eingeführte Bücher deutscher Verlage Ladenpreise festzusetzen, wie umgekehrt hiesige Importeure für deutschsprachige Bücher aus dem Nachbarland Endverkaufspreise festsetzen müssen. Eine Preisbindung „über die Grenze hinweg“ ist aus kartellrechtlichen Gründen unzulässig. Dagegen bleibt deutschen Verlagen die Möglichkeit, für den Verkauf ihrer Bücher in Österreich *unverbindliche Preisempfehlungen* auszusprechen. Die Praxis der vergangenen Jahre hat allerdings gezeigt, dass immer weniger Verlage von dieser Möglichkeit Gebrauch machen.

Paketangebote: → *Koppelungsangebote*

Parallelausgaben: Parallelausgaben sind zwei verschiedene Ausgaben des gleichen Titels, z. B. Hardcover- und Taschenbuchausgabe. Die Zulässigkeit des Vertriebs von Parallelausgaben bestimmt sich nach § 5 Abs. 5. Danach ist die Festsetzung unterschiedlicher Endpreise für einen bestimmten Titel durch einen Verleger oder dessen Lizenznehmer zulässig, wenn dies sachlich gerechtfertigt ist. Der Vertrieb von Parallelausgaben

ist zu unterscheiden vom sog. zweigleisigen Vertrieb, bei dem der gleiche Titel zeitgleich zu zwei verschiedenen Preisen vertrieben wird. Bsp.: Ein Verlag vertreibt ein Buch über den Sortimentsbuchhandel zum Preis x und verramscht ihn gleichzeitig über *Nebenmärkte* zum Preis Y. Ein solcher zweigleisiger Vertrieb ist stets unzulässig. Im Gegensatz zum zweigleisigen Vertrieb also sind Parallelausgaben zulässig; die Preisdifferenz jedoch muss sachlich gerechtfertigt ist. Diese Formel gilt für alle denkbaren Parallelausgaben, für die herkömmliche Taschenbuch- und klassische *Buchclubausgabe*, für die eigens zum Vertrieb über Sondermärkte hergestellte *Sonderausgabe* ebenso wie für sog. „*Readerausgaben*“. In der Gesetzesbegründung wird deutlich, dass es auch in Zukunft auf das Zusammenspiel der bekannten Faktoren „Ausstattung“, „Preisunterschied“, „Abstand des Erscheinens“ sowie eine etwaige „Mitgliedsbindung“ ankommt. Dabei ist auf die Einschätzung eines die Umstände überblickenden, vernünftigt handelnden Käufers abzustellen. Würde er die teurere Originalausgabe kaufen, wenn er um die wesentlich günstigere, aber nur unwesentlich schlechter ausgestattete *Sonderausgabe* wüsste? In aller Regel muss der günstigere Preis durch eine „billigere Aufmachung“ bzw. durch eine schlechtere Ausstattung plausibel gemacht werden können. Auch der Zeitaspekt spielt eine Rolle. Je später die *Sonderausgabe* auf den Markt kommt, je weniger aktuell ein Titel ist, um so günstiger darf die *Sonderausgabe* sein. Für den praktisch wichtigen Bereich der Buchclubausgaben haben die buchhändlerischen Sparten in Absprache mit dem Bundeskartellamt konkretisiert, in welchen Fällen eine *Buchclubausgabe* die Preisbindung der Originalausgabe nicht gefährdet. Die Regelungen dieses sog. *Potsdamer Protokolls* sind auch weiter zu beachten. Kommt es zum Rechtsstreit, werden die Zivilgerichte prüfen, ob eine Clubausgabe preisbindungskonform ist - und bei ihrer Entscheidung mit großer Wahrscheinlichkeit die Regelungen des *Potsdamer Protokolls* berücksichtigen. Dabei ist sehr gut vorstellbar, dass die Gerichte sogar einen strengeren Maßstab an die Zulässigkeit von Clubausgaben anlegen, als dies das Bundeskartellamt getan hat.

Im Zusammenhang mit den Parallelausgaben bringt das BuchPrG eine weitere Änderung mit sich: Waren es in der Vergangenheit die lizenzgebenden Verlage, die bei preisbindungsrechtlich unzulässigen Lizenz-, Sonder- oder Clubausgaben um die Aufrechterhaltung ihrer Preisbindung ban-

gen mussten, sind es nun die Lizenznehmer selbst, die für eine ggf. nicht preisbindungskonforme Handhabung haften.

Parkgebühren: Buchhandlungen dürfen geringwertige Kosten ihrer Kunden für den Besuch der Buchhandlung übernehmen, ohne gegen die Preisbindung zu verstoßen (§ 7 Abs. 4 Nr. 2). Das war unter Geltung des Sammelreverses verboten.

Paybacksysteme: → *Kundenbindungssysteme*

Potsdamer Protokoll: Das sog. Potsdamer Protokoll ist eine im Jahre 1994 in Übereinstimmung mit dem Bundeskartellamt getroffene Branchenvereinbarung. Das „Protokoll“ enthält preisbindungsrechtliche Mindestkriterien für Buchgemeinschaftsausgaben. Diese Kriterien konkretisieren die klassischen vier Erfordernisse für preisbindungskonforme Clubausgaben, nämlich die Mitgliedsbindung, den Zeitabstand zur Originalausgabe, den Ausstattungsunterschied und schließlich die Preisdifferenz. Das BuchPrG hat, wie aus der Gesetzesbegründung hervorgeht, diese Kriterien aufgegriffen. Insoweit müssen die Vorgaben des Potsdamer Protokolls auch unter Geltung des BuchPrG weiter beachtet werden. Der Wortlaut des Potsdamer Protokolls ist im Internet unter www.boersenverein.de abrufbar.

Preisangabenverordnung: Nach der Preisangabenverordnung sind Buchhändler und andere Letztverkäufer verpflichtet, für im Ladenlokal oder in Versandkatalogen angebotene Bücher Endverkaufspreise anzugeben. Preisangabenverordnung und Buchpreisbindung sind zwei unterschiedliche Rechtsmaterien. In der Praxis kommt es hin und wieder vor, dass der Preis für ein Buch versehentlich falsch ausgezeichnet wurde bzw. wegen einer zwischenzeitlich erfolgten Ladenpreiserhöhung nicht mehr dem aktuellen Ladenpreis entspricht. In diesem Fall hat der Kunde keinen Anspruch auf Übereignung des Buches zu dem angezeigten (günstigeren) Preis. Denn das Bereithalten der Bücher im Ladenlokal stellt noch kein verbindliches Vertragsangebot dar, an dem sich der Buchhändler festhalten lassen müsste. In aller Regel bemerkt der Händler den Fehler spätestens an der Kasse - früh genug, um den Fehler zu korrigieren und dem Kunden ein neues Vertragsangebot zu unterbreiten. Der Kunde kann, muss den Vertrag aber nicht zu dem neuen Preis annehmen.

Preisbindung: Die Preisbindung für Bücher ist im BuchPrG zwingend angeordnet. Gebunden ist

der Endverkaufspreis (Ladenpreis). Zur Einhaltung der Preisbindung verpflichtet ist ausschließlich der Letztverkäufer, nicht etwa auch, wie im Pressevertrieb, der Zwischenbuchhändler.

Preisbindung, Dauer der: Verlage haben die Möglichkeit, die Preisbindung eines Titels 18 Monate nach dessen erstmaligem Erscheinen aufzuheben (§ 8 Abs. 1). In bestimmten Ausnahmefällen, z. B. bei Ereignisbüchern („Fußball-WM“ e.t.c.), kann die Preisbindung sogar vor Ablauf der genannten Frist aufgehoben werden. Die Preisaufhebung nach 18 Monaten ist eine Option und kein Muss. Der Gesetzgeber hat sich bewusst gegen das Modell einer zeitlich befristeten Preisbindung entschieden und den Verlagen damit die Möglichkeit belassen, kulturell wertvolle Bücher und sog. Longseller über lange Zeiträume einer Preisbindung zu unterwerfen.

→ *Ladenpreisaufhebung*

Preisbindungsfreie Lieferungen: Nach dem BuchPrG gibt es vier Fälle, in denen bestimmte Personengruppen preisbindungsfrei beliefert werden dürfen: Die Lieferung an Buchhändler zum sog. *Kollegenrabatt*; die Lieferung an *Autoren* zum Eigenbedarf, die Lieferung von sog. *Lehrerprüfstücken* sowie von *Mängelexemplaren* (§ 7 Abs. 1 Nr. 1-3). „Von der Preisbindung ausgenommen“ bedeutet: Bücher dürfen zu jedem beliebigen Nachlass oder kostenlos abgegeben werden.

Preisbindungstreuhänder: Der Preisbindungstreuhänder gehört nach § 9 Abs. 2 Nr. 3 zu den mit einer eigenen Abmahn- und Klagebefugnis ausgestatteten Personen. Die Stellung des Preisbindungstreuhänders ist gegenüber der bisherigen Rechtslage insofern gestärkt worden, als dieser nunmehr im eigenen Namen *Preisbindungsverstöße* verfolgen kann. Der Preisbindungstreuhänder überwacht im Rahmen seines Mandats die Einhaltung der Preisbindung und berät im Vorfeld über die Zulässigkeit preisbindungsrechtlich relevanter Vorgänge. Anders als in der Vergangenheit schließt er jedoch nicht mehr preisbindungsbe gründende Verträge im Namen der Verlage. Das ist eine unmittelbare Konsequenz daraus, dass die *Preisbindung* nunmehr durch Gesetz entsteht. Etwas anderes gilt im Bereich der *Fachzeitschriften*, deren Preisbindung wie zuvor über ein *Sammelreversverfahren* organisiert wird („Fachzeitschriften-sammelrevers“). Verlagen ist zu empfehlen, den Preisbindungstreuhänder auch weiterhin mit der Überwachung der Preisbindung zu beauftragen. Die Preisbindung ist zwar durch Gesetz angeord-

net; es wird jedoch auch in Zukunft Marktteilnehmer geben, die sich auf Kosten gesetzestreuer Mitbewerber über rechtliche Vorgaben hinwegsetzen. An der Notwendigkeit, *Preisbindungsverstöße* schnell und effektiv zu ahnden, hat sich insoweit nichts geändert. Die Aufgabe des Preisbindungstreuhänders wird von Rechtsanwalt Dieter Wallenfels (Wiesbaden) wahrgenommen, auf Seiten des Sortiments ist weiter Rechtsanwalt Dr. Gießen (Kassel) tätig.

Preisbindungsverstöße, Folgen von: Wer gegen eine Vorschrift des BuchPrG verstößt, kann auf Schadensersatz und Unterlassung in Anspruch genommen werden (§ 9). Praktisch wichtigster Anwendungsfall werden mittelbare und unmittelbare Preisbindungsverstöße bleiben, jene Fälle also, in denen Bücher unterhalb des festen Ladenpreises an Letztabnehmer verkauft werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Preisbindungsverstoß durch den Buchhändler oder - bei einer Direktlieferung - durch den Verlag selbst begangen wird. Verlage können auch dann in Anspruch genommen werden, wenn sie ihrer Pflicht zur *Preisfestsetzung* und *Bekanntgabe* gebundener Ladenpreise nicht nachkommen. Ein weiterer Anwendungsfall ist der Vertrieb einer nach § 5 unzulässigen *Parallelausgabe*.

Liegt der begründete Verdacht nahe, dass ein Unternehmen gegen das BuchPrG verstoßen hat, kann ein Wettbewerber nach § 10 Abs. 1 Bucheinsicht verlangen. Das Bucheinsichtsrecht, bekannt aus dem *Sammelrevers*, ist insofern erweitert worden, als nunmehr auch Buchhändler - und nicht mehr, wie zuvor, lediglich Verlage - Offenlegung verlangen können. Preisbindungsverstöße können - wie bisher - von jedem betroffenen Wettbewerber geltend gemacht werden (§ 9 Abs. 2 Nr. 1). Ein Buchhändler beispielsweise, der feststellen muss, dass ein regionaler Discountmarkt preisgebundene Bücher zu Schleuderpreisen auf den Markt wirft, kann sich unmittelbar an das für ihn zuständige Landgericht wenden und eine entsprechende Unterlassungsverfügung erwirken. Die meisten Marktteilnehmer scheuen aus verständlichen Gründen Mühen und Kosten einer häufig nervenaufreibenden gerichtlichen Auseinandersetzung. Vor diesem Hintergrund ist zu erwarten, dass *Börsenverein*, *Landesverbände* und *Preisbindungstreuhänder*, durch das BuchPrG sämtlich mit einer eigenen *Abmahnbefugnis* ausgestattet, mindestens in dem gleichen Maße wie bisher damit befasst sein werden, Preisbindungsverstöße zu ahnden und

die in diesem Zusammenhang erforderliche Aufklärungsarbeit zu leisten. Die Möglichkeit, Unternehmen im Falle von Preisbindungsverstößen mit einer *Vertragsstrafe* zu belegen, besteht weiterhin. Die einschneidendste Sanktion bei Preisbindungsverstößen ist die Verhängung einer *Liefersperre*.

Für sämtliche Verstöße gegen das BuchPrG sind die Zivilgerichte zuständig. Dies gilt auch für die Fälle, die, wie der Vertrieb einer unzulässigen *Sonderausgabe*, bislang der Missbrauchskontrolle durch das *Bundeskartellamt* unterlagen.

Preisbindungsverletzung, indirekte: Auch in Zukunft dürfen dem Letztabnehmer anlässlich seines Buchkaufs keine Vergünstigungen oder unentgeltliche Zuwendungen gewährt werden. Geschieht dies, liegt eine indirekte Verletzung der Preisbindung vor. Eine indirekte Verletzung der Preisbindung ist z. B. dann gegeben, wenn im Zusammenhang mit einem Buchkauf *Zugaben* gewährt werden. Bsp.: Jeder Buchkäufer erhält eine Musik-CD, eine Kinokarte oder ein Taschenbuch gratis. Etwas anderes gilt nur bei *Zugaben*, die wirtschaftlich nicht ins Gewicht fallen. Aus der Praxis sind weitere Verletzungsformen bekannt. Mitunter wird beispielsweise versucht, die Preisbindung im Zusammenhang mit Schulbuchaufträgen dadurch zu umgehen, dass im Falle einer Beauftragung Spenden versprochen werden. Das ist ebenso verboten wie die Koppelung preisgebundener Bücher mit nicht gebundenen Produkten, wenn dabei außergewöhnliche Preisvorteile gewährt werden. Eine indirekte Verletzung der Preisbindung liegt ebenso in der Gewährung von *Vermittlungsprovisionen* an nicht gewerbsmäßige Vermittler. Verboten bleiben sämtliche Umgehungsformen, z. B. Umsatzbeteiligungen, bei denen dem Käufer ein Teil des Kaufpreises zurückerstattet wird.

Preisempfehlung: → *unverbindliche Preisempfehlung*

Preisfestsetzungspflicht: Verlage sind nach dem BuchPrG dazu verpflichtet, für ihre gesamte Verlagsproduktion verbindliche Ladenpreise festzusetzen (§ 5 Abs. 1). Sie haben damit keine Möglichkeit mehr, für ihre gesamte Verlagsproduktion *unverbindliche Preisempfehlungen* vorzugeben, ganz auf die Angabe von Bruttopreisen zu verzichten oder einzelne Neuerscheinungen aus der Preisbindung herauszunehmen. Darin liegt ein entscheidender Unterschied zur bisherigen Rechtslage, die den

Verlagen eine Preisbindung lediglich freistellte. Auch mit Inkrafttreten des BuchPrG sind Bücher nicht automatisch einer Preisbindung unterworfen. Vielmehr bedarf es dazu einer aktiven Preisfestsetzung durch die Verlage. Diese Mitwirkung ist Pflicht und kann gerichtlich eingeklagt werden. → Ladenpreisauflhebung

Private Veröffentlichungen: Private Veröffentlichungen wie beispielsweise Firmenschriften sind keine Bücher im Sinne des BuchPrG und unterfallen damit keiner Preisbindung.

Rabatt: → *Barsortimentsrabatt*; → *Branchenfremde*; → *Höchststrabatt*; → *Konditionengestaltung*; → *Mindestrabatt*

Räumungsverkauf wegen Aufgabe des Geschäftsbetriebs: Nach Inkrafttreten des BuchPrG dürfen preisgebundene Bücher auch anlässlich eines Totalräumungsverkaufs nicht mehr unterhalb des Ladenpreises verkauft werden. Liegen zwingende Gründe für die Geschäftsaufgabe vor, haben Buchhandlungen die Möglichkeit, innerhalb der letzten 12 Monate beim Verlag oder Barsortiment bezogene Bücher zu remittieren.

Bis zum Inkrafttreten des BuchPrG war es Buchhändlern im Falle eines Totalräumungsverkaufs gestattet, preisgebundene Bücher günstiger zu verkaufen - vorausgesetzt, die betroffenen Verlage wurden von dem bevorstehenden Räumungsverkauf unterrichtet und machten von ihrem Rücknahmerecht keinen Gebrauch. Das BuchPrG sieht eine vergleichbare Ausnahmeregelung nicht vor. Insoweit kehrt sich das bisher bestehende Recht der Verlage auf Rücksendung um in eine grundsätzliche Pflicht zur Rücknahme. Allerdings gilt diese Rücknahmeverpflichtung nicht unbegrenzt. Grundsätzlich gilt das *Remissionsrecht* nur für solche Titel, die der Händler innerhalb der letzten 12 Monate beim Verlag oder Barsortiment bezogen hat (§ 3 Abs. 6 *Verkehrsordnung* analog). Weiter muss der Händler zwingende wirtschaftliche oder persönliche Gründe für die Aufgabe seines Geschäftslokals darlegen können (z. B: drohende Insolvenz, Krankheit, Alter). Außerdem muss es sich um sich um eine totale Geschäftsaufgabe handeln. Ein Filialunternehmen, das nur einzelne Filialen schließt, ist zur Remission nicht befugt. Schließlich ist das Rückgaberecht für solche Bücher ausgeschlossen, die im Hinblick auf einen ausdrücklichen Verzicht auf eine Rücknahmemöglichkeit zu besonders günstigen Konditionen bezogen wurden.

Buchhandlungen, die ihr Geschäft aufzugeben beabsichtigen, werden sich zunächst ein Bild über die vorrätigen Buchbestände machen. Nicht mehr preisgebundene Titel oder *Mängel-exemplare* können zu jedem beliebigen Preis abverkauft werden; möglicherweise bietet sich auch eine Gelegenheit, Buchbestände an einen Kollegen oder andere Händler weiterzuveräußern. In jedem Fall sollte der Buchhändler die Verlage frühzeitig über die beabsichtigte Geschäftsaufgabe unterrichten.

Readerausgaben: Readerausgaben sind *Sonderausgaben*, die eine Zwischenform zwischen Hardcover- und sog. Paperbacktaschenbuch darstellen. Anders als bei Clubausgaben ist ihr Bezug an keine Mitgliedschaftsbindung geknüpft. Die Zulässigkeit von Readerausgaben bestimmt sich nach § 5 Abs. 5. Aus der Gesetzesbegründung wird deutlich, dass sich ihre Zulässigkeit aus dem Zusammenspiel der bekannten Faktoren „Ausstattung“, „Preisunterschied“ und „Abstand des Erscheinens“ ergibt. Die im *Potsdamer Protokoll* genannten Preisabstände zwischen Original- und Clubausgabe können nicht ohne weiteres auf *Sonderausgaben* übertragen werden, da bei *Sonderausgaben* das Kriterium der Mitgliedsbindung fehlt. Deshalb hatten sich die im *Börsenverein* organisierten Sparten in den Jahren 2000 und 2001 um eine Weiterentwicklung der im *Potsdamer Protokoll* genannten Kriterien bemüht. Der vom *Bundeskartellamt* nicht aber von den Vertretern der Buchclubs, akzeptierte Branchenkompromiss konkretisiert die preisbindungsrechtlichen Kriterien, die bei der Veranstaltung und beim Vertrieb von Readerausgaben zu beachten sind. Kommt es zum Rechtsstreit, werden die Zivilgerichte prüfen, ob eine Readerausgabe preisbindungskonform ist. Dabei ist noch nicht absehbar, ob und in welchem Umfang die Gerichte die vorerwähnten, mit dem *Bundeskartellamt* abgestimmten Regelungen bestätigen werden. Deren genauer Wortlaut ist beim Verlegerausschuss des *Börsenvereins* abrufbar.

Reimport: *Grenzüberschreitende Lieferungen* sind grundsätzlich preisbindungsfrei. Etwas anderes gilt dann, wenn sich aus objektiven Umständen ergibt, dass *importierte* Bücher deutscher Verlage zuvor allein zu dem Zweck aus Deutschland ausgeführt wurden, um die deutsche Preisbindung zu umgehen (§ 4 Abs. 2). Mögliche Umgehungstatbestände sind: Es erfolgt tatsächlich keine grenzüberschreitende Lieferung, d. h. die betreffenden Bücher verlassen Deutschland nicht „körperlich“; der Geschäftszweck einer Buchhandlung ist aus-

schließlich darauf ausgerichtet, per *Internet* oder Telefon Bücher deutscher Verlage an deutsche Endabnehmer zu verkaufen; es werden Bücher ins europäische Ausland exportiert, um sie nach einem einheitlichen Plan zu reimportieren.

Remission: Unter Remission versteht man die Rücksendung fest oder mit Rückgaberecht bestellter Ware an den Verlag. Grundsätzlich sind Buchhandlungen nur dann zur Rücksendung berechtigt, wenn zuvor ein Remissionsrecht vertraglich vereinbart wurde. Etwas anderes gilt u. a. für den Fall der *Ladenpreisauflhebung* sowie für den Fall der Geschäftsaufgabe → *Räumungsverkauf*.

Restauflagen: Restauflage ist ein Sammelbegriff für Lagerbestände einer Auflage, die innerhalb eines angemessenen Zeitraum als nicht mehr verkäuflich gelten. Nach § 8 kann ein Verlag die Preisbindung für Restauflagen in der Regel erst nach Ablauf einer Frist von 18 Monaten ab Erscheinen aufheben.

Sanktionen: → *Preisbindungsverstöße*

Sammelrevers: Der Sammelrevers ist ein Vertragssystem, das eine Vielzahl einzelner Preisbindungsverträge bündelt. Bis zum Inkrafttreten des BuchPrG waren die meisten Verlage dem „Sammelrevers 2002“ angeschlossen. Die Notwendigkeit dazu ergab sich aus dem Umstand, dass das Kartellrecht feste Ladenpreise zwar erlaubte, die konkrete Preisbindungsverpflichtung aber erst durch den Abschluss privatrechtlicher Verträge begründet wurde. Nach dem BuchPrG entsteht die Preisbindung qua Gesetz - Verlage brauchen ihre Händlerkunden also nicht mehr zwingend zur Einhaltung der Preisbindung zu verpflichten. Aus diesem Grund ist der „Sammelrevers 2002“ in seiner alten Form mit Wirkung zum 1. 10. 2002 außer Kraft getreten. Er gilt auf freiwilliger Basis weiter, soweit er die *Fachzeitschriften* und, das Einverständnis des Bundeskartellamts vorausgesetzt, die Konventionalstraferegelung betrifft. Der Text des neuen Sammelreverses ist abrufbar unter www.boersenverein.de. → *Fachzeitschriften*; → *Preisbindungstreuhänder*; → *Vertragsstrafe*

Schulbuchnachlässe: Aufträge über Bücher für den Schulunterricht, die überwiegend von der öffentlichen Hand finanziert werden, müssen entsprechend der in § 7 Abs. 3 enthaltenden Nachlassstaffel geliefert werden. Bei einem Auftrag im Gesamtwert bis zu 25.000 Euro bestimmt sich die

Höhe des zulässigen *Nachlasses* wie bisher nach der Stückzahl - bei höheren Auftragswerten kommt es auf das genaue Auftragsvolumen an. Anders als nach dem *Sammelrevers* stehen die einzuräumenden *Nachlässe* bei Auftragsvolumen über 25.000 Euro fest, d. h. der bislang bestehende Preisspielraum entfällt. Nachbestellungen können ausnahmsweise noch als zur Schulbuchsammlung gehörend angesehen werden, wenn sie innerhalb von vier Wochen nach Schuljahresbeginn erfolgen.

Wie bisher ist für die Einräumung von Schulbuchnachlässen Voraussetzung, dass die öffentliche Hand Eigentum erwirbt. Im *Sammelrevers* war dies durch das Tatbestandsmerkmal „im Rahmen der Lernmittelfreiheit“ ausdrücklich klargestellt. Der Gesetzgeber hat diese Klarstellung zwar nicht übernommen, es bleibt aber dabei, dass die „überwiegend durch die öffentliche Hand finanzierten“ Bücher in der Schule verbleiben müssen. Deshalb dürfen z. B. Kaufexemplare und Arbeitsmaterialien, die von den Schülern oder Eltern erworben werden, nicht mit *Nachlässen* geliefert werden. Im übrigen müssen Bücher zwar überwiegend, aber nicht vollständig von der öffentlichen Hand finanziert werden. Vor diesem Hintergrund wird sich kaum verhindern lassen, dass im Einzelfall auch private Mittel genutzt werden, um in den Genuss „öffentlicher“ Aufträge zu kommen. Dass dies im größeren Rahmen geschieht, ist unwahrscheinlich, da die Bücher in das Eigentum der Schule übergehen müssen. Der im *Sammelrevers* verwandte Begriff „Schulbuch“ ist durch den Terminus „Bücher für den Schulunterricht“ ersetzt worden. Damit wird klargestellt, dass nicht nur Schulbücher im engeren Sinne, sondern auch sonstige Werke privilegiert sind, die unmittelbar im Unterricht verwendet werden (z. B. Romane für den Deutschunterricht, Fachbücher).

Eine Änderung gegenüber der bisherigen Rechtslage ergibt im Fall eigener Budgetierung. In Bundesländern, in denen die Schulbuchaufträge von Schulen im Rahmen eigener Anschaffungsetats erworben werden - derzeit verhält es sich so in Hessen, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen - wird die Nachlaßstaffel durch einen einheitlichen *Nachlass* von 12 % ersetzt.

Wie in der Vergangenheit dürfen Schulbuchnachlässe nur bei echten Sammelbestellungen eingeräumt und gefordert werden, bei Bestellungen also, die der Buchhändler durch eine Lieferung - wenn auch an verschiedene Lieferstellen - ausfüh-

ren kann. Bei Rahmenverträgen, bei denen der Buchhändler die Bücher nach und nach auf Abruf liefern soll, kommt die Staffel nicht zur Anwendung.

Die Schulbuchnachlässe stellen einen abschließenden Tatbestand dar. Dies bedeutet u. a., dass über die in den § 7 Abs. 3 genannten *Nachlässe* hinaus keine weiteren Vergünstigungen wie z. B. Sachprämien im Rahmen von *Kundenbindungssystemen* eingeräumt werden dürfen.

Schülerbüchereien: Schülerbüchereien dürfen erstmalig mit einem Nachlass in Höhe von bis zu 10 % beliefert werden. Eine öffentliche Zugänglichkeit wird - der Gesetzeswortlaut ist insoweit missverständlich - nicht verlangt. Der Begriff Schülerbücherei bezieht sich ausschließlich auf schulinterne Büchereien, deren Bestände zur Ausleihe durch die Schüler bestimmt sind. Lehrerbibliotheken von Schulen sind nicht nachlassberechtigt.

Schriftentische: → *Büchertische*

Schweiz: Verlage können - unabhängig vom BuchPrG - für Lieferungen in die Schweiz verbindliche Frankenpreise festlegen. Soweit Bücher nach deutschem Gesetz einer Preisbindung unterliegen, ist die Festsetzung und Bekanntgabe entsprechender Frankenpreise sogar erforderlich. Auf die Bekanntgabe kann ausnahmsweise dann verzichtet werden, wenn Lieferungen in die Schweiz praktisch ausgeschlossen sind. Die Aufrechterhaltung einer „grenzüberschreitenden Preisbindung“ zwischen Deutschland und der Schweiz ist kartellrechtlich zulässig, weil die Schweiz der Europäischen Union bislang nicht beigetreten ist. Verlage sind bei der Festsetzung der Frankenpreise grundsätzlich frei. Allerdings empfiehlt es sich, sich an den Vorgaben des „Schweizer Preisüberwachers“ zu orientieren. Umrechnungstabellen ohne verbindlichen Charakter können bei der Geschäftsstelle des Verleger-Ausschusses im *Börsenverein* abgerufen werden.

Serienpreise: Serienpreise dürfen festgesetzt werden für eine Reihe von einzeln beziehbaren Bänden, die den selben Autor haben oder inhaltlich thematisch zusammengehören und die die gleiche Aufmachung haben (§ 5 Abs. 4 Nr. 1). Die willkürliche Vereinigung einzelner Titel zu einer Reihe hingegen begründet keine „Serie“. Der Serienpreis darf unterhalb der Summe der jeweiligen Einzelpreise liegen; jedoch muss die Vergünstigung in einem angemessenen Verhältnis zu der

Leistung stehen, die der Endkunde aus Sicht des Verlages durch die Gesamtabnahme erbringt. Hat ein Verlag einen Serienpreis festgesetzt, ist dieser für den Buchhandel ebenso verbindlich wie der reguläre Ladenpreis.

Sonderausgabe: Die Zulässigkeit von Sonderausgaben bestimmt sich nach § 5 Abs. 5 BuchPrG. Dabei kommt es auch in Zukunft auf das Zusammenspiel der bekannten Faktoren „Ausstattung“, „Preisunterschied“ und „Abstand des Erscheinens“ an. Dabei können die im *Potsdamer Protokoll* genannten Preisabstände zwischen Original- und Clubausgabe nicht ohne weiteres auf Sonderausgaben übertragen werden, da bei Sonderausgaben das Kriterium der Mitgliedsbindung fehlt. In einer früheren Stellungnahme hat das *Bundeskartellamt* die Auffassung vertreten, dass bei ähnlich ausgestatteten, zeitgleich vertriebenen *Parallelausgaben* eine Preisdifferenz von höchstens 20 % zulässig sei. Wird also ein Buch während des gleichen Zeitraums in zwar nicht gleicher, aber doch nahezu gleicher Ausstattung vertrieben, darf die günstigere Ausgabe den gebundenen Preis der Originalausgabe nicht um mehr als 20 % überschreiten. Bei großen Ausstattungsunterschieden, die auch wertmäßig ins Gewicht fallen, ist eine größere Preisdifferenz denkbar. Kommt es zum Rechtsstreit, prüfen die Zivilgerichte, ob eine Sonderausgabe preisbindungskonform ist. Dabei ist sehr gut vorstellbar, dass die Gerichte einen strengeren Maßstab an die Zulässigkeit von Sonderausgaben anlegen, als dies das *Bundeskartellamt* bisher getan hat.

Sonderpreise für Abonnenten einer Zeitschrift: Für Abonnenten einer Zeitschrift dürfen Sonderpreise beim Bezug eines Buches festgelegt werden, das die Redaktion dieser Zeitschrift verfasst oder herausgegeben hat (§ 5 Abs. 4 Nr. 5).

Sonderpreise für Institutionen: Sonderpreise dürfen festgesetzt werden für Institutionen, die bei der Herausgabe einzelner bestimmter Verlagswerke in einer für das Zustandekommen des Werkes ausschlaggebenden Weise mitgewirkt haben (§ 5 Abs. 4 Nr. 5). Dabei darf der Sonderpreis nicht nur der Institution selbst, sondern grundsätzlich auch deren Mitgliedern zugute kommen.

Spiele: Spiele unterliegen keiner Preisbindung. Die Preise für Spiele sind in *Gesamtverzeichnissen*, Verkaufsprospekten u.s.w. als unverbindlich zu kennzeichnen.

Subskriptionspreise: Subskriptionspreise sind ermäßigte Preise, die bis zum vollständigen Erscheinen eines Werkes und unter Angabe des Subskriptionszeitraums festgesetzt werden dürfen (§ 5 Abs. 4 Nr. 3). In Übereinstimmung mit der bisherigen Rechtslage dürfen Subskriptionspreise (nur) unter bestimmten Voraussetzungen für die Zeit nach Erscheinen festgesetzt werden. Erstens muss es sich um ein einbändiges oder mehrbändiges Werk handeln, das gleichzeitig erscheint. Zweitens darf die Vergünstigung nur für einen Zeitraum bis maximal drei Monate nach Erscheinen festgesetzt werden. Außerdem darf die Vergünstigung in diesem Fall nicht mehr als 20 % des Normalpreis betragen.

Teilzahlungszuschläge: Teilzahlungszuschläge sind Zuschläge, die dem Endabnehmer im Falle eines Teilzahlungskaufs bzw. einer Kreditgewährung in Rechnung gestellt werden. Kreditgeschäfte ohne Zuschlag verstoßen gegen die Preisbindung, da der Händler, indem er auf den Kreditzuschlag verzichtet, den Preis des Buches mittelbar ermäßigt. Verlage „können“ nach § 5 Abs. 4 Nr. 6 für den Handel verbindliche Teilzahlungszuschläge festsetzen. Das ist insofern irreführend, als Buchhandlungen bei Teilzahlungsverkäufen auch ohne eine entsprechende Festsetzung Zuschläge in Rechnung stellen müssen. Das gilt jedenfalls dann, wenn dem Kunden ein Zahlungsziel über 60 Tage hinaus gewährt wird. Bei kurzfristiger Stundung kann ein solcher Zuschlag genommen werden, er muss es aber nicht. Diese Regelung darf auch nicht dadurch umgangen werden, dass das dem Kunden eingeräumte Zahlungsziel hinausgeschoben wird.

Übergangsbestimmung: Das BuchPrG sieht keine speziellen Übergangsbestimmungen vor. Das Gesetz gilt damit ab 1. Oktober 2002 uneingeschränkt für alle Verlage und für alle Vertragsverhältnisse. Nach § 11 sind alle Bücher, die vor dem 1. Oktober 02 privatrechtlich, insbesondere über den *Sammelrevers*, gebunden waren, automatisch in eine gesetzliche Preisbindung überführt worden. Ausdrücklich gilt dies für alle Bücher, die zum 1. Oktober 2002 „in Verkehr gebracht worden“ sind - gemeint ist: zum 1. Oktober erschienen sind. Dieser Automatismus gilt nicht nur für alle Neuerscheinungen, sondern grundsätzlich für die gesamte noch preisgebundene *Backlist*. Soweit dies nicht bereits geschehen ist, müssen Verlage, die bislang keine Preisbindung praktiziert haben, für ihre Bücher verbindliche Ladenpreise festsetzen, anderenfalls drohen zivilrechtliche Sanktionen. Im

Zweifel ist anzunehmen, dass der als *unverbindlich empfohlene Preis* in einen festen Preis überführt werden soll. Nach dem Wortlaut des Gesetzes gilt die Preisbindungsverpflichtung auch für solche Bücher, für die der Verlag vor dem 1. 10. 2002 die Ladenpreise aufgehoben hat und die er über das *Moderne Antiquariat* verramscht. Es wäre allerdings unsinnig und wirtschaftlich kaum vertretbar, solche Bücher wieder in eine Preisbindung einzubeziehen. Bücher, für die der Verleger die Ladenpreise vor dem 1. 10. 2002 aufgehoben und die Aufhebung dem Sortiment bekannt gegeben hat, fallen deshalb nicht mehr unter die Preisbindungsverpflichtung. Verträge, die vor dem 1. Oktober 2002 geschlossen worden sind, müssen nach neuem Recht abgewickelt werden. Ab diesem Monat dürfen Buchhändler z.B. keine *Schulbuchnachlässe* einräumen, die nicht mit dem BuchPrG zu vereinbaren sind, und zwar unabhängig davon, ob deren Einräumung ursprünglich zulässig war. Auf die Wirksamkeit des ursprünglichen Vertrages hat das grundsätzlich keine Auswirkung; in Einzelfällen bedarf der Vertrag einer Anpassung (§ 313 BGB).
→ *Informationsschreiben für Schulträger im Anhang*

Umsatzsteuer: Die Umsatzsteuer ist eine Steuer, die auf entgeltliche Umsätze mit Lieferungen und sonstigen Leistungen erhoben wird (§ 1 Abs. 1 Nr. 1 UstG). Der Regelsteuersatz beträgt in Deutschland 16 %; für Verlagsserzeugnisse gilt ein ermäßigter Steuersatz in Höhe von 7 % (§ 12 UstG). Zu den umsatzsteuerprivilegierten Verlagsserzeugnissen gehören insbesondere Bücher, *Zeitschriften*, *Zeitungen* und *Landkarten*, nicht aber *Kalender*. Auf eine Preisbindung kommt es in diesem Zusammenhang nicht an. Deshalb sind beispielsweise Bücher auch dann umsatzsteuerprivilegiert, wenn sie nach entsprechender Ladenpreisaufhebung keinen gebundenen Ladenpreis mehr haben. Dagegen unterliegen *CD-ROM* und *Disketten* dem vollen Umsatzsteuersatz. Dies trifft auch auf solche Produkte zu, die als Buchsubstitut einzuordnen sind und damit einer Preisbindung unterliegen.

Unverbindliche Preisempfehlung: Auch unter Geltung des BuchPrG haben Verlage die Möglichkeit, in bestimmten Fällen und für bestimmte Produkte unverbindliche Preisempfehlungen auszusprechen. In Betracht kommt dies insbesondere für Titel, für die der Verlag die Preisbindung aufgehoben hat, für *fremdsprachige Bücher*, für *Kalender*, *Spiele*, nicht preisgebundene *CD-ROM* sowie für *Hörbücher*. Preisangaben müssen in *Gesamtverzeichnissen*, Verkaufskatalogen, Anzeigen und im VLB zwin-

gend mit einem Unverbindlichkeitsvermerk versehen werden, damit der Händler ihren nicht verbindlichen Charakter zur Kenntnis nehmen kann.

Verkehrsordnung für den Buchhandel: Die Verkehrsordnung für den Buchhandel enthält „Mustergeschäftsbedingungen“, die von den Verlagen, Sortimentsbuchhandlungen und Zwischenbuchhändlern in ihrem Geschäftskontakt untereinander angewandt werden können. Rechtlich stellt die Verkehrsordnung eine beim Bundeskartellamt angemeldete unverbindliche Konditionempfehlung des *Börsenvereins* des Deutschen Buchhandels dar. In vielen Vorschriften entspricht die Verkehrsordnung dem allgemeinem Zivilrecht; teilweise stellt sie eine Kodifizierung der Handelsbräuche im Buchhandel dar. Insoweit entfaltet sie Wirkung auch für dem *Börsenverein* nicht angeschlossene Unternehmen.

Vermittlungsprovision: An nicht gewerbliche Vermittler darf keine Vermittlungsprovision gezahlt werden. In der Zahlung von Vermittlungsprovisionen an Nichtgewerbliche liegt eine *indirekte Verletzung der Preisbindung*. → *Büchertische*

Versandkosten: Versandkosten sind die Kosten, die beim Versand eines Buches vom Buchhändler an den Endkunden anfallen. Sie sind nicht Bestandteil des festen Ladenpreises und können dem Endkunden in Rechnung gestellt werden. Umgekehrt verstößt ein Buchhändler nicht gegen die Preisbindung, wenn er selbst die Versandkosten trägt (§ 7 Abs. 4 Nr. 3).

Vertragsstrafe: Eine Vertragsstrafe (Konventionalstrafe) liegt vor, wenn der Schuldner dem Gläubiger für den Fall, dass er eine bestimmte Pflicht verletzt, einen Geldbetrag zu zahlen verpflichtet ist (§ 339 BGB). Das Strafversprechen beruht nicht etwa auf dem Strafrecht, sondern wird durch einen (privatrechtlichen) Vertrag begründet. Die Vereinbarung einer Vertragsstrafe bietet sich vor allem dann an, wenn der Einhaltung bestimmter Pflichten besonderer Nachdruck verliehen werden soll oder wenn ein Schadensersatzanspruch ins Leere laufen würde. Im Buchhandel hat das Instrumentarium der Vertragsstrafe bei der Verhinderung und Ahndung von Preisbindungsverstößen eine nicht unerhebliche Rolle gespielt und wird dies aller Voraussicht nach auch in Zukunft tun. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt ist allerdings offen, in welcher Form dies geschehen wird. So enthielt der *Sammelrevers* eine Konventionalstraferegelung,

mit der sich Buchhandlungen und Verlage dazu verpflichtet hatten, bei Verstößen gegen die Preisbindung eine Vertragsstrafe an das Sozialwerk des Deutschen Buchhandels zu zahlen. *Börsenverein* und *Preisbindungstreuhänder* bemühen sich zur Zeit, eine vergleichbare Regelung im Rahmen eines sog. Konventionalstrafe-Sammelreverses aufrechtzuerhalten. Ein solches Modell hätte gegenüber dem gewöhnlichen *Procedere* einen entscheidenden Vorteil: Wie in der Vergangenheit könnte jedes dem „Konventionalstraferevers“ angeschlossene Unternehmen bereits beim ersten Preisbindungsverstoß auf Zahlung einer Geldstrafe in Anspruch genommen werden. Bleibt es allein bei den Sanktionen des BuchPrG muss derjenige, der gegen die Preisbindung verstoßen hat, in einem ersten Schritt abgemahnt und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung aufgefordert werden. Die Vertragsstrafe selbst ist erst fällig, wenn der Verletzer eine entsprechende Erklärung abgegeben und im Anschluss *erneut* gegen seine Pflichten verstoßen hat, d. h. beim ersten Verstoß hat der Verletzer keine Konventionalstrafe zu gewärtigen. Das Bundeskartellamt hat trotz der offenkundigen Vorzüge eines Konventionalstrafereverses kartellrechtliche Bedenken gegen ein solches Modell geäußert. Für den Fall, dass diese Organisationsform nicht aufrechterhalten werden kann, müssten Vertragsstraferegelungen in Zukunft verstärkt individuell vereinbart werden. Dies muß nicht erst zwangsläufig nach erfolgtem Preisbindungsverstoß im Zusammenhang mit einer Abmahnung geschehen. Im Einzelfall kann es sich für Verlage, aber auch für Buchhandlungen, anbieten, eine Vertragsstraferegelung bereits bei Aufnahme der Geschäftsbeziehungen zu vereinbaren.
→ *Musterformular „Vertragsstrafereversprechen“*
→ *„Musterformular Büchertisch“ im Anhang.*

Wettbewerbsregeln des Börsenvereins: Die Wettbewerbsregeln stellen „Spielregeln“ für den buchhändlerischen Wettbewerb dar und konkretisieren gleichzeitig die Generalklauseln des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb. Für die Mitglieder des *Börsenvereins* gehört die Einhaltung der Wettbewerbsregeln zu den Mitgliedspflichten. Die Wortlaut der Wettbewerbsregeln bedarf nach Inkrafttreten des BuchPrG in einigen Punkten der Anpassung.

Verzeichnis Lieferbarer Bücher (VLB): Das Verzeichnis Lieferbarer Bücher in Print- und elektronischer Form gehört zu den wichtigsten bibliografischen Nachschlagewerken für Buchhändler.

ler und Bibliothekare. Bücher, die nicht im VLB verzeichnet sind, gelten als nicht lieferbar. Deshalb wird Verlagen empfohlen, alle Titel, die neu in das Verlagsprogramm aufgenommen werden, aber auch alle relevanten Änderungen, unverzüglich an die VLB Redaktion zu melden. Die Preise für Verlagsprodukte, die keiner Preisbindung (mehr) unterliegen, müssen im VLB zwingend als unverbindlich gekennzeichnet werden. Buchhändler können sich grundsätzlich darauf verlassen, dass die von den Verlagen ans VLB gemeldeten Preisangaben zutreffend sind.

→ *Unverbindliche Preisempfehlung*

Wettbewerbsverstoß: Verstöße gegen das BuchPrG sind in aller Regel auch als Verletzung des Wettbewerbsrechts zu qualifizieren, und zwar unter dem Gesichtspunkt des „Wettbewerbsvorsprungs durch Gesetzesbruch“. Verstöße gegen das BuchPrG können regelmäßig auch nach § 1 UWG abgemahnt werden.

Zeitschriften: Zeitschriften unterfallen nicht dem Anwendungsbereich des BuchPrG. Sie können, wie in der Vergangenheit, im Preis gebunden werden, jedoch besteht hierzu keine Verpflichtung (§ 15 GWB). Die Preisbindung für *Fachzeitschriften* erfolgt weiterhin über ein Sammelreversverfahren („Fachzeitschriften*sammelrevers*“), während Publikumszeitschriften üblicherweise über das Pressegrasso gebunden werden.

Zeitungen: Zeitungen unterfallen nicht dem Anwendungsbereich des BuchPrG. Sie können, wie in der Vergangenheit, im Preis gebunden werden, jedoch besteht hierzu keine Verpflichtung (§ 15 GWB). Die Preisbindung für Zeitungen erfolgt über das Pressegrasso.

Zugabe: Eine Zugabe ist eine unentgeltliche Zuwendung, die dem Kunden neben der Ware oder der Leistung gewährt wird. Das Wesen der Zugabe liegt also in ihrer Koppelung an eine Hauptware. Nach Aufhebung der Zugabeverordnung im Jahre 2000 sind Zugaben grundsätzlich erlaubt. Das gilt mit Ausnahme des Buchhandels. Auch unter Geltung des BuchPrG dürfen dem Letztabnehmer anlässlich eines Buchkaufs keine Zugaben gewährt werden; geschieht dies, liegt eine *indirekte Verletzung der Preisbindung* vor. Das Zugabeverbot ist durch das BuchPrG - wenn auch nur geringfügig - gelockert worden. Nach § 7 Abs. 4 Nr. 1 dürfen anlässlich eines Buchkaufs Waren, deren Wert absolut oder relativ betrachtet geringfügig ist, gratis

mitgegeben werden. Das war schon nach alter Rechtslage so, sofern sich die Zuwendung als absolut gesehen geringfügig darstellte (z. B. Bonbon, Radiergummi, Lesezeichen). Nunmehr sind auch höherwertige Zugaben erlaubt, sofern sie *in Bezug auf den Gesamtumsatz* nicht ins Gewicht fallen. Wann dies der Fall ist, hat der Gesetzgeber bewusst offen gelassen. In Analogie zu der bisherigen Spruchpraxis des *Preisbindungstreuhänders* zu im Rahmen von Kundenbindungssystemen gewährten Sachprämien wird von ca. 2 % vom Gesamtumsatz auszugehen sein. Praktisch bedeutet dies: Wer ein Buch oder Bücher im Wert von x Euro kauft, darf eine Ware im Wert von maximal 2 % von x gratis dazu bekommen. Die Zugabe darf auch mit der Hauptware identisch sein. Ein Unternehmen beispielsweise, das 50 Exemplare eines Fachbuches ordert, darf, weil die Grenze von 2% nicht überschritten wird, ein 51. Exemplar umsonst bekommen. Das läuft im Ergebnis auf einen Naturalrabatt heraus. Stets muss die Zuwendung in einem Sachgegenstand bestehen. Eine Rückvergütung in Geld und sonstige Umsatzbeteiligungen, bei denen „Bares fließt“, bleiben verboten. Unzulässig wäre es auch, dem Kunden einen Gutschein über einen bestimmten Geldbetrag auszuhandigen.

→ *Geschenke;*

→ *Kundenbindungssysteme*

Zweigleisiger Vertrieb: → *Parallelausgaben*

Abkürzungen:

BGB	= Bürgerliches Gesetzbuch
BuchPrG	= Buchpreisbindungsgesetz
GWB	= Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellgesetz)
HGB	= Handelsgesetzbuch
UWG	= Gesetz zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs

Anhang

Hinweis zum Buchpreisbindungsgesetz für branchenfremde Wiederverkäufer

Musterschreiben

.....
.....
Sehr geehrte Damen und Herren,

wir bedanken uns für Ihren Auftrag / Ihr Interesse an unserem Buchangebot/ Ihr Interesse an unserer Verlagsproduktion.

Bei dieser Gelegenheit möchten wir Sie auf eine Besonderheit im Buchhandel aufmerksam machen, die Ihnen vielleicht noch nicht bekannt ist. Anders als sonstige Waren sind Bücher preisgebunden; seit dem 1. Oktober dieses Jahres / 2002 gilt dies sogar zwingend. Wir haben deshalb für alle Bücher, die in unserem Verlag erschienen sind, verbindliche Endverkaufspreise/Ladenpreise festgesetzt. Die Ladenpreise der von Ihnen bestellten / an Sie gelieferten Titel entnehmen Sie bitte beiliegender Rechnung / Preismitteilung.

Nach dem Preisbindungsgesetz sind sämtliche Händlerkunden verpflichtet, die von den Verlagen festgesetzten Ladenpreise beim Weiterverkauf an Endkunden ohne Auf- und Abschläge zu berechnen. Bitte denken Sie deshalb daran, Ihren Endkunden exakt die von uns angegebenen Bruttoladenpreise in Rechnung zu stellen. Selbstverständlich tragen wir im Interesse unserer Geschäftspartner dafür Sorge, dass die Preisbindung durchgängig eingehalten wird. Nach dem Buchpreisbindungsgesetz können Verstöße gegen die Preisbindung abgemahnt und durch Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche sanktioniert werden.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. / Bei Interesse übersenden wir Ihnen gerne weiteres Informationsmaterial zu diesem Thema. / Informationsmaterial und Gesetzestext sind im Internet unter der Adresse www.boersenverein.de abrufbar.

Mit freundlichen Grüßen

.....

Kurzkomentar: Dieses Musterschreiben können Verlage und Buchhandlungen verwenden, wenn sie branchenfremde Wiederverkäufer mit preisgebundenen Produkten beliefern wollen. Nach dem 1. Oktober 2002 sind Ihre Wiederverkäuferkunden zwar qua Gesetz zur Einhaltung der von Ihnen festgesetzten Preise verpflichtet, d. h. die bislang erforderliche Bindung durch Einzelreverse entfällt. Trotzdem oder gerade deswegen sollten Sie Ihre Kunden über deren Verpflichtung zur Einhaltung der Preisbindung informieren. Es steht Ihnen frei, den Text des Anschreibens abzuändern und Ihren Bedürfnissen anzupassen. Im Einzelfall können sich folgende Ergänzungen empfehlen: Wenn Sie Ihre Kunden auch mit nicht oder nicht mehr preisgebundenen Verlagserzeugnissen beliefern, müssen Sie in Satz 3 eine entsprechende Differenzierung aufnehmen. Wenn Sie Mengenpreise oder sonstige Sonderpreise festgesetzt haben, müssen Sie Ihren Wiederverkäuferkunden hierüber ebenfalls informieren. Das folgende Musterschreiben sollten Sie außerdem nur verwenden, wenn Ihr Wiederverkäuferkunde an Endkunden weiterverkauft.

Hinweis auf das Buchpreisbindungsgesetz mit Vertragsstrafversprechen

Seit dem 1. Oktober 2002 gilt das Buchpreisbindungsgesetz. Dieses Gesetz verpflichtet alle Verlage, für ihre Bücher Ladenpreise festzusetzen und in transparenter Weise bekannt zu machen. Buchhändler und andere Wiederverkäufer, die preisgebundene Verlagszeugnisse an Endkunden verkaufen, müssen die jeweils aktuellen Ladenpreise der Verlage zingend einhalten. Das Gesetz regelt außerdem abschließend alle Fälle, in denen Verlage Sonderpreise für den Verkauf an Endkunden festsetzen dürfen. Diese sind für den Handel ebenso verbindlich wie der reguläre Ladenpreis.

In Hinblick auf diese Rechtslage verpflichte ich mich, preisgebundene Verlagszeugnisse nur zu den jeweils gültigen Bruttoladenpreisen (incl. Mehrwertsteuer) an Endabnehmer zu veräußern. Sofern der Verlag im Einzelfall Sonderpreise festgesetzt und bekannt gegeben hat, werde ich beim Verkauf an Endabnehmer auch diese Sonderpreise beachten. In Zweifelfällen werde ich vor dem Verkauf Rücksprache mit dem Verlag nehmen.

Für den Fall der Zuwiderhandlung gegen diese Verpflichtung verpflichte ich mich zur Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe des Rechnungswertes des angestrebten oder des vollzogenen Geschäfts, mindestens aber in Höhe von 1500 Euro für den ersten Verstoß sowie 2500 Euro für jede Wiederholung. Die Vertragsstrafe ist zu zahlen an das Sozialwerk des Deutschen Buchhandels e.V., Großer Hirschgraben 17- 21, 60311 Frankfurt am Main.

.....
(Ort und Datum)

.....
(Verlag)

.....
(Ort und Datum)

.....
(Händler / Branchenfemder Wiederverkäufer)

Kurzkomentar: Es handelt sich vorliegend um ein vorformuliertes Vertragsstrafversprechen, das sich an die bisher verwandten Einzelreverse anlehnt. Verlage können Ihren Geschäftspartnern vor Belieferung ein solches Schreiben zur Unterschrift vorlegen. Das empfiehlt sich u.a. dann, wenn an der Preisbindungstreue Zweifel bestehen oder der Geschäftspartner mit den Besonderheiten des Buchmarkts (noch) nicht vertraut ist. Buchhandlungen, die branchenfremde Wiederverkäuferkunden beliefern, können das Formular ebenfalls verwenden.

Musterformular für Büchertischverkäufe mit Vertragsstrafeversprechen

An:
Buchhandlung

.....

Sie beliefern mich mit preisgebundenen Verlagserzeugnissen für den Vertrieb über Büchertische und gewähren mir hierfür eine Aufwandsentschädigung. Mir ist bekannt, dass Bücher nach dem Buchpreisbindungsgesetz einer Preisbindung unterliegen. Danach müssen Händler beim Verkauf von Büchern an Endabnehmer exakt die von den Verlagen festgesetzten Ladenpreise berechnen. Dementsprechend verpflichte ich mich, die von den Verlagen festgesetzten Ladenpreise beim Weiterverkauf an Endkunden einzuhalten und die gewährte Aufwandsentschädigung nicht weiter zu geben. Für den Fall einer Zuwiderhandlung gegen diese Vereinbarung verpflichte ich mich zur Zahlung einer Vertragsstrafe. Sie hat die Höhe des Rechnungsbetrages der Lieferung, mit der ich gegen diese Verpflichtung verstosse, mindestens beträgt sie Euro 250 für den Einzelfall. Die Vertragsstrafe ist an das Sozialwerk des Deutschen Buchhandels in Frankfurt am Main zu zahlen.

.....
(Ort/ Datum/Unterschrift des Büchertischbetreibers)

.....
(Ort/Datum/Unterschrift der Buchhandlung)

Merkzettel Fortfall der Hörscheine

Am 1. Oktober dieses Jahres ist das Buchpreisbindungsgesetz in Kraft getreten. Dieses Gesetz verpflichtet alle Verlage, für ihre Bücher Ladenpreise festzusetzen, die von den Buchhandlungen zwingend einzuhalten sind. Das Gesetz regelt außerdem abschließend alle Fälle, in denen Verlage und Buchhandlungen ihren Endkunden Sonderpreise oder spezielle Nachlässe einräumen dürfen. Die bisherige Möglichkeit, Hörscheine für Teilnehmer an Vorlesungen von Hochschuldozenten auszugeben, um diesen den Kauf von Lehrbüchern zu einem verbilligten Preis zu ermöglichen, ist im Gesetz nicht mehr vorgesehen. Das bedeutet, dass die Ausgabe und Einlösung von Hörscheinen ab dem 1. Oktober 2002 nicht mehr zulässig ist.

- Eine Information der Rechtsabteilung des Börsenvereins
des Deutschen Buchhandels e.V., September 2002 -

Information zum neuen Buchpreisbindungsgesetz Wissenswertes für Schulträger

Am 1. Oktober 2002 ist das Buchpreisbindungsgesetz in Kraft getreten und hat das bislang privatrechtlich organisierte Preisbindungssystem („Sammelrevers“) abgelöst.

Mit dem Buchpreisbindungsgesetz ist die Preisbindung für Bücher erstmals gesetzlich angeordnet. Die Umstellung auf ein gesetzliches System war aus europarechtlichen Gründen erforderlich; eine inhaltliche Neuregelung war nicht beabsichtigt. Aus diesem Grund sind die Änderungen, die sich für buchhändlerische Unternehmen und ihre Kunden aus dem Gesetz ergeben, überschaubar.

Die wichtigsten Änderungen im Schulbuchgeschäft:

- Ab 1. Oktober 2002 müssen alle Schulbuchverlage verbindliche Ladenpreise für Schulbücher festlegen. Das gilt auch für Musikalien, kartografische Produkte wie Atlanten und Wandkarten sowie für elektronische Verlagszeugnisse, soweit sie überwiegend textorientiert sind. Weil das Preisbindungsgesetz keine Ausnahmen vorsieht, sind nunmehr auch solche Bücher preisgebunden, die - wie Berufsschulliteratur - in der Vergangenheit keiner Preisbindung unterlagen.
- Alle Schulbücher haben feste Ladenpreise. Aus diesem Grund gibt es in Zukunft keine unterschiedlichen Nachlasshöchstsätze mehr für preisgebundene und nicht gebundene Titel. Auch im Rahmen von Ausschreibungen ist eine entsprechende Unterscheidung gegenstandslos geworden.
- Das Buchpreisbindungsgesetz gilt ohne Übergangsregelung ab dem 1. 10. 2002. Buchhandlungen dürfen ab diesem Stichtag nur noch die Nachlässe einräumen, die nach dem Gesetz erlaubt sind. Dies gilt auch dann, wenn vor Inkrafttreten des Gesetzes, z. B. im Rahmen längerfristiger Lieferverträge, höhere Nachlässe, insbesondere im Bereich vormals preisbindungsfreier Bücher, zugesagt worden sind.
- Die Schulbuchnachlässe sind im Gesetz abschließend geregelt. Die einschlägige Nachlassregelung stimmt im wesentlichen mit der bisherigen Regelung im Sammelrevers überein. Sie lautet:

(3) Bei Sammelbestellungen von Büchern für den Schulunterricht, die überwiegend von der öffentlichen Hand finanziert werden, gewähren die Verkäufer folgende Nachlässe:

<i>1. mehr als</i>	<i>10 Stück</i>	<i>8 Prozent Nachlass</i>
<i>mehr als</i>	<i>25 Stück</i>	<i>10 Prozent Nachlass</i>
<i>mehr als</i>	<i>100 Stück</i>	<i>12 Prozent Nachlass</i>
<i>mehr als</i>	<i>500 Stück</i>	<i>13 Prozent Nachlass</i>

2. bei einem Auftrag im Gesamtwert von mehr als

<i>25.000 Euro</i>	<i>13 Prozent Nachlass</i>
<i>38.000 Euro</i>	<i>14 Prozent Nachlass</i>
<i>50 000 Euro</i>	<i>15 Prozent Nachlass</i>

Soweit Schulbücher von den Schulen im Rahmen eigener Budgets angeschafft werden, ist stattdessen ein genereller Nachlass von 12 Prozent für alle Sammelbestellungen zu gewähren.

- Für die Einräumung von Schulbuchnachlässen ist wie zuvor Voraussetzung, dass die Öffentliche Hand Eigentum erwirbt. Deshalb dürfen z. B. Kaufexemplare und Arbeitsmaterialien, die von den Schülern oder Eltern erworben werden, nicht mit Nachlässen geliefert werden.
- In Bundesländern, in denen die Schulbuchaufträge von Schulen im Rahmen eigener Anschaffungsbudgets erworben werden - derzeit verhält es sich so in Hessen, Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen - wird die Nachlasstaffel durch einen einheitlichen Nachlass von 12 % ersetzt. Vormalig geltende Sondervereinbarungen treten außer Kraft.
- Wie in der Vergangenheit dürfen Schulbuchnachlässe nur bei echten Sammelbestellungen eingeräumt bzw. gefordert werden, bei Bestellungen also, die der Buchhändler durch eine Lieferung - wenn auch an verschiedene Lieferstellen - ausführen kann. Bei Rahmenverträgen, bei denen der Buchhändler die Bücher nach und nach auf Abruf liefern soll, kommt die Staffel nicht zur Anwendung.
- Nachbestellungen können ausnahmsweise noch als zur Schulbuchsammelbestellung gehörend angesehen werden, wenn sie innerhalb von vier Wochen nach Schuljahresbeginn erfolgen.
- Die Schulbuchnachlässe stellen einen abschließenden Tatbestand dar. Dies bedeutet u. a., dass über die in den § 7 Abs. 3 genannten Nachlässe hinaus keine weiteren Vergünstigungen wie z. B. Sachprämien im Rahmen von Kundenbindungssystemen eingeräumt werden dürfen.
- Schülerbüchereien dürfen erstmalig mit einem Nachlass in Höhe von 10 % beliefert werden.

- Eine Information der Rechtsabteilung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels eV., September 2002 -