

Glossar zur Buchpreisbindung

Leitfaden für Verlage und Buchhandlungen

von RAin Birgit Menche, Frankfurt am Main
Stand: Oktober 2006



Hrsg. von der Rechtsabteilung des
Börsenvereins des Deutschen Buchhandels e.V.
V.i.S.d.P.: Dr. Christian Sprang
Großer Hirschgraben 17-21
60311 Frankfurt am Main
Tel.: 069 1306-314
Fax: 069 1306-301
E-Mail: rechtsabteilung@boev.de
Internet: www.boersenverein.de

Vorwort



Wir freuen uns, Ihnen heute eine vollständige Überarbeitung des bewährten Buchpreisbindungsglossars des Börsenvereins vorlegen zu können. Angestoßen wurde diese Neuauflage durch vier kleinere Änderungen des Buchpreisbindungsgesetzes, die im Juli 2006 in Kraft getreten sind. Diese Novelle haben wir zum Anlass für eine Aktualisierung und Ergänzung des Leitfadens genommen. Die Neufassung berücksichtigt die Erfahrungen, die in der Praxis mit dem vor vier Jahren geschaffenen Buchpreisbindungsgesetz gesammelt worden sind, spiegelt die wichtigsten Gerichtsurteile wider und greift Anregungen aus der Beratungspraxis des Börsenvereins und der Preisbindungstrehänder auf.

Auch die Neuauflage wurde wieder von Rechtsanwältin Birgit Menche verfasst, der Preisbindungsbevollmächtigten des Sortimenters-Ausschusses des Börsenvereins. Sie entstand in enger Zusammenarbeit mit der Rechtsabteilung des Börsenvereins und den Preisbindungstrehändern der Verlage, RA Dieter Wallenfels und RA Dr. Christian Russ. Die buchhändlerischen Landesverbände haben es dankenswerterweise übernommen, das Buchpreisbindungsglossar an die Mitgliedsunternehmen des Börsenvereins und die Ausbildungseinrichtungen für Buchhändler und Medienkaufleute zu versenden.

Wir hoffen, dass die Neuauflage des Glossars möglichst viele Ihrer Fragen zur Buchpreisbindung beantwortet und Ihnen in der alltäglichen Arbeit eine Hilfe ist. Als weiteren Service haben wir Ihnen am Ende dieses Heftes eine Liste der von der Rechtsabteilung des Börsenvereins bereit gestellten Merkblätter zu einzelnen Buchpreisbindungsthemen zusammen gestellt. Diese Merkblätter werden ständig aktualisiert und können – ebenso wie das Buchpreisbindungsglossar – in der jeweils geltenden Fassung von der Website des Börsenvereins – www.boersenverein.de – heruntergeladen oder über die buchhändlerischen Landesverbände oder die Geschäftsstelle des Sortimenters-Ausschusses bezogen werden.

Als Mitglied des Börsenvereins sind Sie aber auch jederzeit herzlich eingeladen, sich in Preisbindungsdingen oder anderen rechtlichen Angelegenheiten kostenlos persönlich beraten zu lassen. Hierfür stehen Ihnen die buchhändlerischen Landesverbände und die Anwälte der Rechtsabteilung des Börsenvereins gerne zur Verfügung. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Preisbindungsverstöße durch den Börsenverein und seine Landesverbände oder direkt durch die jeweils zuständigen Preisbindungstrehänder überprüfen und ggf. verfolgen zu lassen. Nähere Einzelheiten dazu und die Adressen der verschiedenen Ansprechpartner haben wir Ihnen ganz am Ende dieses Heftes nach dem Abdruck der Liste der Merkblätter zusammen gestellt.

Zunächst wünschen wir Ihnen aber viel Freude bei der Lektüre unseres Glossars und hoffen, dass Ihnen unser kleiner Leitfaden zu den wichtigsten Preisbindungsfragen – von A wie Abmahnbefugnis bis Z wie Zweigleisiger Vertrieb – in verständlicher Form Auskunft gibt!

Dr. Christian Sprang
Justiziar

Glossar zum Buchpreisbindungsgesetz

Birgit Menche

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 *Landesverbände des Börsenvereins*, die *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. → *Affiliate-Programme*; → *Einstweilige Verfügung*; → *Mänglexemplare*; → *Preisbindungsverstöße, Folgen von*; → *Vertragsstrafe, Wettbewerbsverstoß*; → *Musterformular »Hinweis auf das Buchpreisbindungsgesetz mit Vertragsstrafeversprechen« im Anhang*

Affiliate-Programme: Bei sog. Affiliate-Programmen erlaubt ein Internetunternehmen bzw. Internetanbieter – der sog. Merchant – dem Affiliate, auf das eigene Angebot zu verlinken. Kommt es dann zu einem Vertragsschluss mit einem Internetnutzer, erhält der Affiliate gewöhnlich eine Provision. Affiliates sind häufig private Website-Betreiber, teils aber auch Ge-

werbetreibende. Auch im Internetbuchhandel werden Affiliate-Programme praktiziert. Sie sind preisbindungsrechtlich zulässig, wenn der Affiliate eine echte Akquiseleistung gegenüber dem Internetbuchhändler erbringt. Dies gilt grundsätzlich unabhängig davon, ob es sich um einen gewerblichen oder privaten Vermittler handelt. Unzulässig sind Affiliate-Programme bzw. die Gewährung von Provisionen dann, wenn sie eine Unterschreitung gebundener Ladenpreise bezwecken oder auf eine solche hinauslaufen. Vorsicht geboten ist grundsätzlich bei Privatpersonen, die sich als Affiliate bewerben. Hier ist die Gefahr besonders groß, dass unter dem Vorwand, Fremdgeschäfte zu vermitteln, Bücher für den Eigenbedarf oder für befreundete Dritte verbilligt eingekauft werden sollen. Internetbuchhandlungen, die Umsätze mittels Affiliates generieren wollen, sollten unter diesem Gesichtspunkt nur Gewerbetreibenden die Möglichkeit einer Partnerschaft einräumen, andernfalls sind Vorkehrungen zu treffen, um einen Missbrauch der Preisbindung zu verhindern bzw. abzustellen. Die Gewährung einer *Vermittlungsprovision* ist auch dann unzulässig, wenn der Affiliate Buchkäufe für Dritte »vermittelt«, die ihm zuvor einen entsprechenden Auftrag erteilt haben. Bsp.: Ein privater *Förderverein* beauftragt ein Elternteil, als sog. Affiliate Sammelkäufe für eine Schulklasse zu tätigen. In diesem Fall darf keine Vermittlungsprovision gewährt werden, da keine echte Akquiseleistung vorliegt. Dies gilt unabhängig davon, ob der Förderverein selbst die Provision erhält oder ob die Vergünstigung den Eltern direkt zugute kommt. → *Merkblatt Wiederverkäuferrabatt*

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. → *Mo-*

dernes Antiquariat

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

Ausschreibungen für Bücher: → *Öffentliche Ausschreibungen für Bücher*

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 Büchern 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. 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 gehen, 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.

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. Allerdings haben Verlage die Möglichkeit, die Preisbindung für Buchausgaben aufzuheben, deren erstes Erscheinen länger als 18 Monate zurückliegt (§ 8 Abs. 1 BuchPrG). → *Modernes Antiquariat*

Barzahlungsnachlässe. Barzahlungsnachlässe sind nach dem BuchPrG verboten: Weder darf ein Verlag Barzahlungsnachlässe als Sonderpreise festsetzen, 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 Händlerabbatt erhält. Nach der früheren Spruchpraxis des Bundeskartellamts lag eine besondere, die Höherabbattierung rechtfertigende Vertriebsleistung nicht schon dann vor, wenn sich ein Buchhändler in besonderer Weise im Novitätengeschäft engagiert. 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*. *Ladenpreisauflösungen* und *Ladenpreissenkungen* müssen dem Buchhandel ebenfalls in geeigneter Form bekannt gemacht werden; üblicherweise geschieht dies über die »Gelben Beilagen« 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. Bsp.: Der Buchhändler bestellt auf Wunsch seines Kunden einen nicht gängigen Titel beim Verlag. Die Versandkosten, die der Verlag dem Händler belastet, dürfen nicht an den Endkunden weitergegeben werden. Ausnahmsweise zulässig ist die Weiterbelastung von Beschaffungskosten in besonderen Fällen, z. B. bei Eilbestellungen. Nach der früheren Spruchpraxis des *Kartellamtes* gilt dies auch für die Beschaffungskosten von *Zeitschriften*, *Zeitungen*, *Loseblattwerken* und *Ergänzungslieferungen*. Beschaffungskosten sind begrifflich von den Porto-

bzw. Versandkosten zu unterscheiden, die beim Versand der Bücher an den Endkunden entstehen. Diese werden in aller Regel – zulässigerweise – dem Endkunden in Rechnung gestellt. Allerdings darf der Buchhändler diese Kosten übernehmen (»versandkostenfreie Lieferung«), ohne gegen das BuchPrG zu verstoßen (§ 7 Abs. 4 Ziff. 4). → *Versandkosten*

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 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 Be-

nachteiligungsverbot 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 z.B. ein Verlag, der Ratgeberliteratur durchgängig über Naturkostläden absetzt, den Sortimentsbuchhandel 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 der Verlage*

Buchclubausgaben: Buchclubausgaben sind *Sonderausgaben*, die – in der Regel auf der Grundlage von Lizenzverträgen mit dem Originalverlag – von einem Buchclub herausgegeben werden. Buchclubausgaben fallen wie andere Sonderausgaben in den Anwendungsbereich des BuchPrG und sind daher im Preis zu binden (vgl. OLG Frankfurt vom 11. 4. 2006 – 11 W 9/06 »Buchclub« – abgedruckt in GRUR 2006, 520). Die Zulässigkeit von Buchclubausgaben bestimmt sich im übrigen nach § 5 Abs. 5. Danach kommt es auf das Zusammenspiel der Faktoren »Ausstattung«, »Preisunterschied«, »Abstand des Erscheinens« und »Mitgliedsbindung« an. Die im sog. *Potsdamer Protokoll 2004* (Revidierte Fassung) zusammengefassten Grundsätze sind zu beachten. Im Falle eines Rechtsstreites müssen die Zivilgerichte entscheiden, ob eine Clubausgabe bzw. die Preisgestaltung mit dem BuchPrG in Einklang steht. → *Parallelausgaben*

Bucheinsicht: → *Preisbindungsverstöße, Folgen von*

Buchpreisbindungsgesetz: Das am 1. 10. 2002 in Kraft getretene und im Juli 2006 novellierte 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 Aufwandsentschädigung 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. → *Fördervereine*; → *Vermittlungsprovision*; → *»Musterformular für Büchertischverkäufe mit Vertragsstrafversprechen« im Anhang*; → *Merkblatt Wiederverkäuferrabatt*

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. → *E-Books*

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. Industrie- bzw. Großkundengeschäfts, wo typischerweise hohe Stückzahlen abgenommen werden. Gerade hier ist die Versuchung mitunter groß, den aus Sicht des Verlages »eingesparten« Händlerabatt 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 *Sonderausgabe* 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. → *Merkblatt »Die Buchpreisbindung. Eine Information für Industriekunden, öffentliche Institutionen und andere Großabnehmer«*

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 objektivierten Warte gesehen – unverzichtbar erscheint. Das trifft im Zweifel auf alle Bestseller und sog. Longseller zu. Der Umstand, dass ein Verlag das aus-

schließliche 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 früheren Spruchpraxis des Bundeskartellamts lag 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 Bucheinzelhändlern 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 der Verlage*

E-Books: Unter E-Books werden überwiegend Bücher in digitaler Form verstanden, die entweder vom Verlag selbst über verlagseigene Portale oder über dritte Portalbetreiber oder Vertriebspartner zum Download angeboten werden. Nach Auffassung des Börsenvereins sind E-Books keiner Preisbindung zugänglich. Begründet wird dies vornehmlich mit den besonderen tatsächlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen für E-Books. Verwiesen wird insbesondere darauf, dass bei grenzüberschreitenden Lieferungen, wie sie beim Vertrieb von E-Books typisch und gängige Praxis sind, keine Preisbindung gilt (§ 2 Abs. 1 BuchPrG, europäisches Kartellrecht). → *Stellungnahme der Rechtsabteilung des Börsenvereins zur Preisbindung bei E-Books und Hörbüchern*

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 groß angelegten, 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 ungerecht-

fertigt, hat der Antragsteller sämtliche dem Antragsgegner aus der Vollziehung der Verfügung entstandene Schäden zu ersetzen (§ 945 ZPO).

Einzelreverse: Einzelreverse wurden vor Inkrafttreten des BuchPrG dazu verwendet, 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 früheren 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 »Hinweis auf das Buchpreisbindungsgesetz mit Vertragsstrafversprechen« im Anhang*

Ergänzungslieferungen: Ergänzungslieferungen unterliegen wie das Grundwerk zwingend einer Preisbindung (§ 2). Anders als unter Geltung des Sammelreverses 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 Lieferungen*; → *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. »Fachzeitschriften-

sammelreverses« weiterhin zur Verfügung.

Fördervereine: Fördervereine bzw. Schulfördervereine unterstützen Schulen, Schüler und deren Eltern finanziell und organisatorisch. Fördervereine gehen in der Regel auf eine private Elterninitiative zurück. Sie finanzieren sich überwiegend aus privaten Spendengeldern. Die buchhändlerischen Verbände und die meisten Buchhändler begrüßen das Engagement solcher Fördervereine, sahen sich aber in den vergangenen Jahren in Bezug auf private Elternvereinen mit einer Vielzahl preisbindungsrechtlicher Probleme befasst. Entgegen einem weitverbreiteten Missverständnis sind Fördervereine, die Sammelbestellungen von Büchern durchführen, die zu Eigentum der Schüler erworben werden, unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt nachlassprivilegiert. Schulbuchnachlässe dürfen weder gefordert noch gewährt werden, weil die Bücher nicht zu Eigentum der öffentlichen Hand angeschafft werden. *Mengenpreise* scheiden ebenfalls aus, weil nicht ein einzelner Abnehmer einer größeren Menge des gleichen Titels kauft und zu Eigentum erwirbt, sondern jeweils der einzelne Schüler bzw. seine Eltern. Es darf auch keine *Vermittlungsprovision* eingeräumt werden, weil keine neuen Geschäfte generiert bzw. akquiriert werden. Die Rechtslage stellt sich anders dar, wenn ein privater Förderverein einer Schule finanzielle Mittel zur Verfügung stellt, damit diese daraus Schulbücher anschafft. Seit der Reform des BuchPrG im Jahr 2006 sind *Schulbuchnachlässe* auch dann einzuräumen, wenn die Schulbücher ganz oder teilweise aus privaten Mittel finanziert werden. Voraussetzung ist lediglich, dass die öffentliche Hand die Bücher selbst zu Eigentum erwirbt und die Bücher dann auch im Eigentum der Schule verbleiben.

Soweit Fördervereine Büchertische veranstalten, darf ihnen eine kooperierende Buchhandlung als Kompensation für den entstandenen Aufwand eine Aufwandsentschädigung zahlen, die, den allgemeinen Grundsätzen entsprechend, 10% nicht überschreiten sollte. Unzuläs-

sig hingegen wäre es, wenn der Förderverein als Betreiber eines Büchertisches den Anschein erweckte, Eltern könnten Bücher beim Bezug über den Förderverein günstiger einkaufen. Auch darf der Förderverein nicht den Eindruck hervorrufen, er erlangte durch den Verkauf der Bücher einen finanziellen Vorteil, der mittelbar auch den Eltern zugute komme. Tatsächlich erhält der Büchertischbetreiber lediglich eine Entschädigung, durch die entstandene Aufwendungen (pauschal) abgegolten werden sollen. → *Sammelbestellung*; → *Merkblatt Wiederverkäuferrabatt*

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. 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« bzw. »UVP« 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 Verlagserzeugnisse angeben. Da der feste Ladenpreis den »Normalfall« darstellt, brauchen preisgebundene Verlagserzeugnisse nicht als solche gekennzeichnet werden. Sofern der Verlag einen Endverkaufspreis unverbindlich empfiehlt, muss das jeweilige Produkt mit einer entsprechenden Kennzeichnung (»Unverbindliche Preisempfehlung« bzw. »UVP«) 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.

Sofern ein Verlag am Schweizer Sammelrevers teilnimmt und in der Schweiz mit gebundenen Preisen arbeitet, muss er diese Frankenpreise ebenfalls in seiner Gesamtverzeichnissen und Katalogen angeben. 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*, auseinander zu halten.

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). 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 ebenso wenig 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: → *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 der Verlage*

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

kennzeichnet werden. → *Stellungnahme der Rechtsabteilung des Börsenvereins zur Preisbindung bei E-Books und Hörbüchern*

Hörerscheine: Das Institut des Hörerscheins ist mit Inkrafttreten des BuchPrG abgeschafft. Weder dürfen Verlage Hörerscheine ausstellen, noch dürfen Buchhandlungen entsprechende Nachlässe gewähren. In *Österreich* und in der *Schweiz* sind Hörerscheine weiter zulässig.

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 BuchPrG fallen, bleiben Importe aus dem Ausland überwiegend preisbindungsfrei. Wer Bücher aus dem angloamerikanischen Raum nach Deutschland einführt, ist an keine Preisbindung gebunden. Praktische Bedeutung hat die Festsetzungspflicht nach § 5 Abs. 1 daher nur 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. Ist dies der Fall, darf der Importeur den empfohlenen Ladenpreis unter Berücksichtigung der in Deutschland geltenden

Mehrwertsteuer nicht unterschreiten (§ 5 Abs. 2 Satz 1). 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 Satz 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 Lieferungen*

Kalender: Kalender unterliegen keiner Preisbindung. Verlage müssen Preise für ihre Kalender in *Gesamtverzeichnissen*, Verkaufskatalogen, Anzeigen sowie im VLB als »unverbindlich« kennzeichnen. Bei Kalendern in Buchform bzw. buchähnlich aufgemachten Kalendern kommt es auf die Umstände des Einzelfalles an: Es bleibt bei der Preisbindungsfreiheit, wenn das Kalendarium das prägende Element darstellt. Sind hingegen die Buch-, bzw. Textinhalte eindeutig charakterbestimmend, unterliegt das Verlagserzeugnis der Buchpreisbindung. Die Buchform also solche reicht nicht aus.

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

1 Nr. 2).

Kartellamt: Das Bundeskartellamt ist u. a. für Verstöße gegen das kartellrechtliche *Diskriminierungsverbot* (§ 20 GWB) zuständig, aber auch für eine missbräuchliche Handhabung der Preisbindung für *Fachzeitschriften*. Vor Inkrafttreten des BuchPrG unterlag auch die Buchpreisbindung einer sog. Missbrauchsaufsicht durch das Kartellamt. 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 ist die Missbrauchsaufsicht des Kartellamtes über die Buchpreisbindung entfallen. 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: → *Gesamtverzeichnisse*

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 Betriebszugehörigkeit 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).

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 mittelständi-

cher 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 Bezugskonditionen 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* de-

finiert. 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 früheren 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 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 sowohl über diesen als auch 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*.

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. Beispiel: 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 mit erworben 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 Modelle 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.

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 der *Preisbindungstreuhänder* 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 nicht im Rahmen des Schulbuchgeschäfts ausgelobt werden, der gesetzliche Nachlassstatbestand ist insoweit abschließend. Schließlich muss das Kundenbindungssystem den sonstigen wettbewerbsrechtlichen Vorgaben, insbesondere dem Transparenzge-

bot, genügen. So muss z. B. jeder Teilnehmer darüber informiert sein, welche Leistung er für seine Punkte erhalten kann; umgekehrt dürfen keine Vorteile vorgetäuscht 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 *Moderne Antiquariats*, auf Multimedia-CD-ROM oder sonstige »Non-Books« gutgeschrieben. → *Merkblatt Kundenbindungssysteme*

Ladenpreisauhebung: Verlage können den festen Ladenpreis für ein Buch aufheben und über den Buchhandel oder darauf spezialisierte Vertriebsfirmen »verramschen«. Dies darf allerdings nicht vor Ablauf eines gesetzlich vorgeschriebenen Zeitraums geschehen: Nach § 8 Abs. 1 kann die Preisbindung für eine Buchausgabe erst aufgehoben werden, wenn deren erstes Erscheinen länger als 18 Monate zurückliegt. Für unveränderte Neuauflagen oder Nachdrucke beginnt die Frist nicht erneut zu laufen, wohl aber für veränderte Neuauflagen oder ä-

ßerlich anders gestaltete (Buch)ausgaben.

In bestimmten Ausnahmefällen, z. B. bei schnell veraltenden Publikationen oder bestimmten Ereignisbüchern, kann die Preisbindung sogar vor Ablauf von 18 Monaten beendet werden. Im Regelfall geschieht dies über die »Gelben Beilagen« des Börsenblatts mit einer Vorlaufzeit von 14 Tagen. Ebenfalls besteht ein *Remissionsrecht* des Buchhandels bei Ladenpreisauhebungen 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. 7 *Verkehrsordnung n. F.*). Verlage, die nach erfolgter Ladenpreisauhebung weiter Bruttopreise angeben möchten, müssen diese zwingend als »unverbindlich« kennzeichnen. Alternativ kann der Verlag ganz auf die Angabe von Bruttopreisen verzichten. → *Preisbindung, Dauer der*

Ladenpreiserhöhung: Nach dem BuchPrG können Verlage die gebundenen Ladenpreise grundsätzlich jederzeit erhöhen. Verboten sind irreführende Praktiken wie die kurzfristige Festsetzung von »Mondpreisen« und solche, die auf eine Umgehung der Preisbindung hinauslaufen. → *Ladenpreissenkung*

Ladenpreissenkung: Nach dem BuchPrG können Verlage die gebundenen Ladenpreise grundsätzlich jederzeit senken. Verboten sind 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 dem Buchhandel bekannt gegeben werden. Im Regelfall geschieht dies über die »Gelben Beilagen« des Börsenblatts mit einer Vorlaufzeit von 14 Tagen. Nach § 3 Ziff. 7 der *Verkehrsordnung n. F.* sind Verlage bei Ladenpreissenkungen verpflichtet, innerhalb der letzten 12 Monate vom Abnehmer bezogene und dort vorrätige Exemp-

lare zurückzunehmen oder – wahlweise – den Unterschied der Nettopreise zu vergüten, wobei diese nach dem ursprünglich gewährten Rabattsatz zu berechnen sind.

Landesverbände des Börsenvereins: 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 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 Gratisexemplare 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. Denn in diesem Fall ist die Entscheidung für das betreffende Werk augenscheinlich gefallen und eine Prüfung nicht mehr erforderlich. 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, *b e v o r* er oder die Schule eine Sammelbestellung aufgibt. 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 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. Eine Liefersperre darf nur verhängt werden, wenn alle anderen Möglichkeiten ausgeschöpft wurden oder »Gefahr im Verzug« ist. → *Preisbindungsverstöße, Folgen von*

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. abgescuerter Einband, Beschmutzung durch häufiges Anfassen, Flecken, Transportschäden) aufweisen. Mängelexemplare dürfen unterhalb des festen Ladenpreises verkauft werden, müssen aber als Mängelexemplare gekennzeichnet sein (§ 7 Abs. 1 Nr. 4).

Bücher, die keinen weiteren Mangel aufweisen

als einen Mängel-exemplarstempel, sind keine Mängel-exemplare im Sinne des BuchPrG und müssen – trotz Kennzeichnung – zum gebundenen Ladenpreis verkauft werden. Dies hat das OLG Frankfurt in einer wegweisenden Entscheidung vom 11. April 2006 festgestellt. Damit liegt es im Verantwortungsbereich des Letztverkäufers zu prüfen, ob die von ihm angebotenen Bücher tatsächlich äußerlich erkennbare Schäden aufweisen. Der Letztverkäufer kann sich auch nicht ohne weiteres auf die Angaben seines Lieferanten verlassen, bei den gelieferten Bücher handelt es sich um nicht mehr preisgebundene Bücher bzw. um Mängel-exemplare. Ist dies tatsächlich nicht der Fall, kann der Händler gleichwohl wegen Preisbindungsverstoßes auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Allerdings wird er seinen Lieferanten möglicherweise für einen ihm entstandenen Schaden, z.B. Abmahnkosten, in Regress nehmen können.

Auch die Verlage selbst dürfen äußerlich einwandfreie Bücher nicht als Mängel-exemplar kennzeichnen. Ein solches Verhalten ist wettbewerbswidrig (§ 3 UWG) und kann durch klagebefugte Verbände sowie betroffene Mitbewerber abgemahnt werden. Verlage müssen daher u. a. den Erhaltungszustand vom Handel zurückgesandter Bücher sorgfältig prüfen, auf keinen Fall dürfen Remittenden pauschal als Mängel-exemplare deklariert oder entsprechend gekennzeichnet werden.

»Echte« Mängel-exemplare müssen auch aus wettbewerbsrechtlichen Gründen als solche gekennzeichnet werden. Die Wettbewerbsregeln des Börsenvereins stellen klar, dass mangelhafte Verlagserzeugnisse in Verkaufskatalogen, Prospekten und anderen Werbemitteln ausdrücklich als Mängel-exemplare zu kennzeichnen sind, um eine Irreführung zu vermeiden (§§ 3 UWG, Ziff. V der *Wettbewerbsregeln des Börsenvereins*). → *Preisbindungs-freie Lieferung*; → *Merklblatt Mängel-exemplare*

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 zusammengefasste 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 sollten 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 Mindestrabatte vor. Allerdings sind Verlage verpflichtet, die Vertriebs- und Serviceleistung des Buchhandels angemessen zu berücksichtigen. Ein Verstoß gegen diese Verpflichtung 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 zum einen Bücher, die nicht mehr der Preisbindung unterliegen und daher zu herabgesetzten Ladenpreisen vertrieben werden. Dazu zählen insbesondere Restauflagen-exemplare von Titeln, für die der Ver-

lag die Preisbindung ordnungsgemäß aufgehoben hat, sowie *Mängelexemplare* von ansonsten lieferbaren und preisgebundenen Titeln. Der Begriff Modernes Antiquariat umfasste ursprünglich auch solche Bücher, die eigens für spezielle Vertriebswege produziert werden, oft nur eine kurze »Lebensdauer« hatten und unter Geltung des Sammelreverses gewöhnlich keiner Ladenpreisbindung unterlagen. Seit Inkrafttreten des BuchPrG gibt es diese Möglichkeit nicht mehr, seither müssen vielmehr alle Neuerscheinungen zwingend in eine Preisbindung einbezogen werden. Eine Ladenpreisaufhebung darf lediglich für Buchausgaben erfolgen, die vor mehr als 18 Monaten erstmals erschienen sind (§ 8 Abs. 1). → *Ladenpreisaufhebung*

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

Nachlässe: Im BuchPrG ist abschließend festgelegt, wann und unter welchen Bedingungen Händler 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. Weitergehende Nachlässe sind nicht erlaubt.

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, auch solche nicht-christlicher Religionsgemeinschaften, 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. *Gefängnisbüchereien* nicht nachlassprivilegiert; in aller Re-

gel gilt Entsprechendes für *Krankenhausbüchereien*.

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. → *Schülerbüchereien*; → *Merkblatt Nachlässe im Bibliotheksgeschäft*

Nachlässe für wissenschaftliche Bibliotheken: Nach dem BuchPrG darf wissenschaftlichen Bibliotheken, die jedem wissenschaftlich Arbeitenden zugänglich sind, ein Bibliotheksnachlass in Höhe von bis zu 5 % eingeräumt werden (§ 7 Abs. 2). Begünstigt sind nicht nur öffentlich-rechtliche, sondern auch private Träger. So können im Einzelfall auch große Werks- oder Unternehmensbibliotheken nachlassberechtigt sein. Voraussetzung ist allerdings, dass die Bibliothek von ihrer Zweckbestimmung her jedem wissenschaftlich Arbeitenden zugänglich ist, es genügt also nicht, dass Interessierte nur im Einzelfall Zugang erhalten. An dieser Voraussetzung fehlt es häufig bei kleinen Amtsbibliotheken, so dass etwaige Nachlassforderungen zurückgewiesen werden müssen. Für den Buchhändler ist es mitunter schwer, auf die Schnelle festzustellen, ob eine wissenschaftliche Bibliothek für jedermann zugänglich ist oder nicht. Notfalls sollte sich der Händler durch einen verantwortlichen Unternehmensvertreter schriftlich bestätigen lassen, dass diese Voraussetzung erfüllt ist, oder die Nachlassgewährung unter einen entsprechenden Vorbehalt stellen.

Bei den in § 7 Abs. 2 genannten maximalen Nachlasswerten handelt es sich um absolute Obergrenzen, bei deren Ausschöpfung die Gewährung von Zugaben ausscheidet. Nicht abschließend geklärt ist bislang die Frage, ob sich die Gewährung von Bibliotheksnachlässen und die Zugabe von Waren absolut ausschließen oder ob ein Miteinander möglich ist, so lange nur die wirtschaftlichen Obergrenzen des § 7

Abs. 2 beachtet werden. Nach Auffassung der Rechtsabteilung des Börsenvereins ist eine Kombination von Nachlass und Zugabe grundsätzlich nicht erlaubt, d.h. Bibliothek und Händler müssen sich im Regelfall für eine der beiden durch § 7 eröffneten Möglichkeiten entscheiden.

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, faktisch sind sie dazu allerdings oft aufgrund der Wettbewerbssituation gezwungen.
→ *Merkblatt Nachlässe im Bibliotheksgeschäft*

Nebenleistungen, handelsübliche: Handelsübliche Nebenleistungen dürfen im Zusammenhang mit einem Buchkauf erbracht werden, ohne dass daraus ein Konflikt mit der Preisbindung erwächst (§ 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 oder Minderrabatt: Unter den Schlagwörtern »Lieferung zum Nullrabatt« oder »Minderrabattierung« 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 »Null- oder Minderrabatt« 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 »Null-, oder Minderrabatt« 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 Ankündigung erwarten, mit Buchhändler Rabatt 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.

Öffentliche Ausschreibungen für Bücher: Öffentliche Aufträge über die Lieferung von Büchern müssen, sofern sie einen bestimmten Schwellenwert überschreiten, nach dem Kartell- und Vergaberecht öffentlich bzw. europaweit

ausgeschrieben werden. Der Schwellenwert für europaweite Ausschreibungen liegt derzeit bei 200.000 Euro netto. Auftraggeber verfolgen mit einer öffentlichen Ausschreibung das Ziel, unter mehreren Bietern das wirtschaftlich günstigste Angebot zu ermitteln. Aufgrund der Buchpreisbindung kann dieser Zweck bei preisgebundenen Büchern von vornherein nicht bzw. nur in sehr eingeschränktem Umfang erreicht werden. Europaweite (Schul-)Buchausschreibungen sind daher sowohl für den Auftraggeber (Kom-mune, Landkreis usw.) als auch für den Bieter (Buchhändler, sonstige Bieter) häufig unbefriedigend und angesichts des erheblichen Aufwandes kaum gerechtfertigt. Dagegen können beschränkte öffentliche Ausschreibungen im Einzelfall durchaus Sinn ergeben: Buchhandlungen, die sich seit Jahren vergeblich um einen Auftrag bei einem öffentlichen Auftraggeber bemühen, erhalten auf diese Weise möglicherweise eine Chance auf den Zuschlag. Auch Preisbindungsverstöße sind in einem formalisierten Verfahren leichter erkennbar und verfolgbar, als wenn Aufträge ausschließlich freihändig vergeben werden. → *Merkblatt für kommunale Schulträger*; → *Merkblatt für Schulen zum Thema Preisbindung*

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 al-

lerdings 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 die gleiche Ausgabe eines Titels 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 sein. 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 unter Geltung des BuchPrG auf das Zusammenspiel der 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 weni-

ger 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 zuletzt im Jahre 2004 revidierten *Potsdamer Protokolls* sind auch weiter zu beachten. Kommt es zum Rechtsstreit, müssen die Zivilgerichte prüfen, ob die Preisgestaltung für eine Clubausgabe preisbindungskonform ist. Dabei werden die Regelungen des *Potsdamer Protokolls* von den Gerichten als Handelsbrauch berücksichtigt.

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

Paybacksysteme: → *Kundenbindungssysteme*

Portokosten: Portokosten sind Bestandteil der Versandkosten, also der 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 Portokosten trägt (§ 7 Abs. 4 Nr. 3). → *Beschaffungskosten*

Potsdamer Protokoll: Das Potsdamer Protokoll ist eine Branchenvereinbarung, die preisbindungsrechtliche Mindestkriterien für Buchgemeinschaftsausgaben enthält. Diese Kriterien konkretisieren die klassischen vier Erfordernisse für preisbindungskonforme Clubausgaben, nämlich die Mitgliedsbindung, den Zeitabstand zur Originalausgabe, den Ausstattungunterschied und schließlich die Preisdifferenz. Das Potsdamer Protokoll, ursprünglich im Jahre 1994 in Absprache mit dem Bundeskartellamt getroffen, wurde im Jahre 2004 den geänderten Usancen im Buchhandel angepasst. Vorausge-

gangen war ein Rechtsstreit zwischen dem Börsenverein und dem Club Bertelsmann um die zeitgemäße Auslegung des BuchPrG bei Parallelausgaben. So war es dem Club im Oktober 2003 vom Landgericht Wiesbaden mit einer einstweiligen Verfügung untersagt worden, verbilligte Buchclubausgaben von Bestsellern vor Ablauf einer bestimmten Frist nach Erscheinen der Buchhandelsausgabe herauszugeben. Die Konfliktpunkte konnten dann im Vergleichwege außergerichtlich beigelegt werden. Nach der revidierten Fassung des Potsdamer Protokolls kann der Mindestabstand zwischen Originalausgabe und Erstankündigung des Clubs vier Monate betragen, die Preisdifferenz darf in diesem Falle 15 % nicht überschreiten. Für den Weihnachtskatalog kann der Abstand auf drei Monate verkürzt werden, die Preisdifferenz darf dann nur bei fünf Prozent liegen. Das BuchprG hat, wie aus der Gesetzesbegründung hervorgeht, die Kriterien des Potsdamer Protokolls aufgegriffen und ist daher als Branchenvereinbarung weiter zu beachten. Der Wortlaut des Potsdamer Protokolls, das weitere Detailfragen regelt, ist im Internet unter www.boersenverein.de abrufbar.

Preisangabenverordnung: Nach der Preisangabenverordnung sind Buchhändler und andere Letztverkäufer verpflichtet, für im Ladenlokal, in Versandkatalogen oder im *Internet* 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 in aller Regel 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 für eine Buchausgabe aufzuheben, die vor länger als 18 Monaten erstmals erschienen ist (§ 8 Abs. 1). In bestimmten Ausnahmefällen, z. B. bei Ereignisbüchern (»Fußball-WM«), 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*

Preisbindungsbevollmächtigte des Sortiments: Die Preisbindungsbevollmächtigte des Sortiments verfolgt – spiegelbildlich zu den Aufgaben des *Preisbindungstreuhanders* – Preisbindungsverstöße, die von Verlagen begangen werden (§ 9 Abs. 2 Nr. 3). Beispiele: Ein Verlag räumt seinem Endkunden im Direktgeschäft einen unzulässigen Nachlass ein oder bringt eine nach § 5 Abs. 5 unzulässige *Parallelausgabe* auf den Markt. Die Aufgabe der Preisbindungsbevollmächtigten des Sortiments wird von Rechtsanwältin Birgit Menche, Schlossstraße 94, 60486 Frankfurt am Main, Tel.: 069/97782940, mail@ra-menche.de, wahrgenommen. → *Preisbindungstreuhanders der Verlage*

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.

Preisbindungstreuhanders der Verlage: Der Preisbindungstreuhanders gehört nach § 9 Abs. 2 Nr. 3 zu den mit einer eigenen Abmahn- und Klagebefugnis ausgestatteten Personen. Der Preisbindungstreuhanders kann im eigenen Namen *Preisbindungsverstöße* verfolgen. Er überwacht im Rahmen seines Mandats die Einhaltung der Preisbindung durch den Buchhandel und berät im Vorfeld über die Zulässigkeit preisbindungsrechtlich relevanter Vorgänge. Anders als unter Geltung des Sammelreverses schließt er nicht mehr preisbindungsbegründende 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 (»Fachzeitschriftensammelrevers«). Verlagen ist zu empfehlen, den Preisbindungstreuhanders auch weiterhin mit der Überwachung der Preisbindung zu beauftragen. Die Preisbindung ist zwar durch Gesetz angeordnet; es gibt jedoch nach wie vor Marktteilnehmer, 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 Preisbindungstreuhanders wird von den Rechtsanwälten Dieter Wallenfels und Dr. Christian Russ, An der Ringkirche 6, 65197 Wiesbaden, Tel: 06 11 / 44 90 91, wahrgenommen. → *Preisbindungsbevollmächtigte des Sortiments*

Preisbindungsverstöße, Folgen von: Wer gegen eine Vorschrift des BuchPrG verstößt, kann auf Schadensersatz und Unterlassung in Anspruch genommen werden (§ 9). Praktisch wichtigster Anwendungsfall sind mittelbare und unmittelbare Preisbindungsverstöße, 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 früheren *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. Aus diesem Grund sind *Börsenvereine*, seine Landesverbände sowie die *Preisbindungstreuhänder* durch das BuchPG sämtlich mit einer eigenen *Abmahnbefugnis* ausgestattet, in nicht geringem Maße damit befasst, 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*, früher der Missbrauchskontrolle durch das *Bundeskartellamt* unterlagen.

Preisbindungsverletzung, indirekte: Anlässlich eines Buchkaufs dürfen dem Endabnehmer 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 Kopplung preisgebundener Bücher mit nicht gebundenen Produkten, wenn dabei außergewöhnliche Preisvorteile gewährt werden. Verboten sind überdies 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, für ihre gesamte Verlagsproduk-

tion *unverbindliche Preisempfehlungen* vorzugeben, ganz auf die Angabe von Bruttopreisen zu verzichten oder einzelne Neuerscheinungen aus der Preisbindung herauszunehmen. Darin liegt ein entscheidender Unterschied zur früheren Rechtslage, die den Verlagen eine Preisbindung lediglich freistellte. Es bedarf 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*; → *Höchstrabatte*; → *Konditionengestaltung der Verlage*; → *Mindestrabatte*

Räumungsverkauf wegen Aufgabe des Geschäftsbetriebs: Preisgebundene Bücher dürfen im Rahmen eines auf einen Zeitraum von 30 Tagen beschränkten Räumungsverkaufs unterhalb des festgelegten Ladenpreises abverkauft werden. Weitere Voraussetzungen für die Zulässigkeit eines solchen Unterverkaufs sind: Die Buchhandlung wird endgültig geschlossen, die Bücher stammen aus den gewöhnlichen Beständen des schließenden Unternehmens und die Lieferanten sind zuvor mit angemessener Frist – erfolglos – zur Rücknahme aufgefordert worden (§ 7 Abs. 1 Nr. 5).

Diese im Jahre 2006 in das Gesetz eingefügte Bestimmung knüpft an die zu Zeiten des *Sammelreverses* geltende Regelung des preisbindungsfreien Räumungsverkaufs an. Das BuchPrG hatte zunächst keine entsprechende Ausverkaufsmöglichkeit vorgesehen. Die Praxis hat jedoch gezeigt, dass an einer solchen Möglichkeit ein berechtigtes Interesse besteht, dem der Gesetzgeber dann auch Rechnung getragen hat.

Bevor ein Räumungsverkauf durchgeführt wer-

den darf, muss den Lieferanten, insbesondere den Verlagen, Gelegenheit zum Rückkauf gegeben werden. Eine entsprechende Aufforderung kann auch über eine Anzeige im *Börsenblatt* erfolgen. Damit soll nach Möglichkeit – auch im Interesse der Mitbewerber des schließenden Unternehmens – verhindert werden, dass im beträchtlichen Umfang Ware preisbindungsfrei abverkauft wird. Vor diesem Hintergrund wäre es wünschenswert, wenn Verlage zumindest bei der Schließung größerer Buchhandelsunternehmen häufiger von ihrem Rückkaufrecht Gebrauch machen würden.

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.

Spezielle wettbewerbsrechtliche Vorgaben bestehen nicht mehr, insbesondere braucht der Räumungsverkauf nicht mehr bei der Industrie- und Handelskammer angezeigt zu werden. Irreführende Praktiken im Zusammenhang mit Räumungsverkäufen sind nach wie vor verboten (§ 5 UWG). → *Merksblatt Räumungsverkauf wegen Aufgabe des Geschäftsbetriebes*

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 Faktoren »Ausstattung«, »Preisunterschied« und »Abstand des Erscheinens« ergibt. Die im *Potsdamer Protokoll* genannten Preisabstände zwischen Original- und Clubausgabe können nicht ohne weiteres auf *Sonderausgaben* über-

tragen 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 seinerzeit 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 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 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. Der Umstand, dass ein Buch vom Händler an den Verlag zurückgesandt wurde, sagt nichts darüber aus, ob

das retournierte Buch der Preisbindung unterliegt oder nicht. Soweit ein remittiertes Buch äußerlich erkennbare Schäden aufweist, darf es, sofern es als *Mängelexemplar* gekennzeichnet wird, preisbindungsfrei weiterverkauft werden (§ 7 Abs. 1 NR. 4). Hat das Exemplar die Rücksendung indes unbeschadet überstanden, so unterliegt die Remittende weiter der Preisbindung.

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. Restauflagen sind daher nur dann nicht mehr preisgebunden, wenn eine Preisauflhebung ausdrücklich erfolgt ist.

Sanktionen: → *Preisbindungsverstöße, Folgen von*

Sammelbestellung: Bei Sammelbestellungen kauft in alle Regel eine Person oder eine Institution für mehrere Personen Bücher ein. In diesem Fall darf dem Sammelbesteller bzw. der dahinter stehenden Personengruppe kein Mengennachlass eingeräumt werden. Nach § 5 Abs. 4 dürfen Verlage *Mengenpreise* nur für den Fall festsetzen, in dem derselbe Endabnehmer eine größere Menge des gleichen Titels kauft. Diese Voraussetzung ist bei Sammelbestellungen gerade nicht gegeben, da hier im Ergebnis nicht eine einzelner Endabnehmer, sondern mehrere Endabnehmer Bücher erwerben (»künstliche Bildung von Marktmacht«). → *Fördervereine*; → *Vermittlungsprovision*

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 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 die Konventionalstrafregelung betrifft. Der Text des neuen Sammelreverses ist abrufbar unter www.boersenverein.de.

→ *Fachzeitschriften*; → *Preisbindungstreuhänder der Verlage*; → *Vertragsstrafe*; zum *Schweizer Sammelrevers*: → *Schweiz*

Schulbuchnachlässe: Sammelbestellungen von Büchern für den Schulunterricht, die zu Eigentum der öffentlichen Hand angeschafft werden, müssen gemäß der in § 7 Abs. 3 enthaltenen Nachlassstaffel ausgeführt werden. Der öffentlichen Hand gleichgestellt sind allgemein bildende Privatschulen, die den Status staatlicher Ersatzschulen besitzen. Der im Gesetzestext außerdem aufgeführte sog. Beliehene spielt in der Praxis keine Rolle.

Nach § 7 Abs. 3 bestimmt sich die Höhe des Nachlasses bei einem Auftrag im Gesamtwert bis zu 25.000 Euro nach der Stückzahl. Bei höheren Auftragswerten kommt es auf das genaue Auftragsvolumen an. Nachbestellungen können ausnahmsweise noch als zur Schulbuchsammlung gehörend angesehen werden, wenn sie innerhalb von vier Wochen nach Schulbeginn erfolgen. Bei Berufsschulen ist eine Frist von sechs Wochen anerkannt. In beiden Fällen ist für den Beginn der Frist ist der tatsächliche, und nicht der kalendarische Schulbeginn maßgeblich.

Voraussetzung dafür, dass eine Schulbuchbestellung mit Nachlass ausgeführt werden darf und muss, ist, dass die Bücher zu Eigentum der öffentlichen Hand angeschafft werden. Deshalb

dürfen z. B. Kaufexemplare und Arbeitsmaterialien, die von den Schülern oder Eltern erworben werden, nicht mit *Nachlässen* geliefert werden. Seit Juli 2006 kommt es, anders als zuvor, nicht mehr darauf an, wer die Bücher finanziert. Selbst Schulbücher, die zu 100 % aus privaten Mitteln, z.B. seitens der Eltern oder eines privaten Fördervereins, finanziert werden, sind nachlassprivilegiert, sofern die Bücher ausschließlich zu Eigentum der Schule angeschafft werden. Dies bedeutet allerdings nicht, dass die private Einrichtung selbst, z. B. ein Förderverein, nachlassberechtigt wäre. Nachlässe dürfen auch dann nicht gewährt werden, wenn zunächst der Förderverein die Bücher erwirbt und das Eigentum später – im Wege der Schenkung – auf die öffentliche Hand überträgt. Denn hier erfolgt der Eigentumserwerb nicht originär durch die öffentliche Hand. Daher muss in jedem Fall die Schule bzw. der Schulträger der Erwerber sein.

Voraussetzung ist ferner, dass die Bücher »für den Schulunterricht« eingesetzt werden. Damit sind nicht nur Schulbücher im engeren Sinne, sondern auch sonstige Werke privilegiert, die unmittelbar im Unterricht verwendet werden (z. B. Romane für den Deutschunterricht, Fachbücher).

In Bundesländern, in denen die Schulbuchaufträge von Schulen im Rahmen eigener Anschaffungsetats erworben werden, wird die Nachlassstaffel durch einen einheitlichen *Nachlass* von 12 % ersetzt. Diese Möglichkeit besteht derzeit in Bayern, Baden-Württemberg, Bremen, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein und Thüringen. Auch in anderen Bundesländern kommt es vermehrt vor, dass Schulen mit einem eigenen Budget ausgestattet sind und Schulbücher auf eigene Rechnung zu Eigentum erwerben.

Werden Schulbuchaufträge im Rahmen eigener Anschaffungsetats erworben, kommt ausschließlich die Nachlassregelung nach § 7 Abs. 3 Satz 2 zur Anwendung. Dies gilt auch für et-

waige Nachbestellungen nach Ablauf der vorgenannten Vierwochenfrist.

Schulbuchnachlässe dürfen nur bei Sammelbestellungen eingeräumt und gefordert werden. 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. → *Merklblatt für kommunale Schulträger*; → *Merklblatt für Schulen zum Thema Preisbindung*

Schülerbüchereien: Schülerbüchereien dürfen 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*

Schulfördervereine: → *Fördervereine*

Schweiz: Verlage können – unabhängig vom BuchPrG – für Lieferungen in die Schweiz verbindliche Frankenpreise festlegen. Dazu müssen sie am Schweizer Sammelrevers teilnehmen. Entgegen einer weitverbreiteten Annahme unter deutschen Verlagen reicht es für eine wirksame Preisbindung nicht aus, gebundene Frankenpreise lediglich bekannt zu geben. Ohne eine Teilnahme am Schweizer Sammelrevers ist eine solche Bekanntgabe wirkungslos.

Die Aufrechterhaltung einer »grenzüberschrei-

tenden 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. Verlage, die am Schweizer Sammelrevers teilnehmen möchten, wenden sich an den *Preisbindungstreuhandler der Verlage*.

Serienpreise: Serienpreise dürfen festgesetzt werden für eine Reihe von einzeln beziehbaren Bänden, die den selben Autor haben oder inhaltlich thematisch zusammengehören und 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 auf das Zusammenspiel der 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 % unterschreiten. 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 usw. 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 gleichzeitig erscheinendes mehrbändiges Werk handeln. Zweitens darf die Ver-

günstigung nur für einen Zeitraum bis maximal drei Monate nach Erscheinen festgesetzt werden. Außerdem sollte die Vergünstigung in diesem Fall nicht mehr als 20 %, höchstens aber 25 % des Normalpreises, 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.

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 %; ab dem 1.1.2007 19 %. Für Verlagserzeugnisse gilt – auch weiterhin – ein ermäßigter Steuersatz in Höhe von 7 % (§ 12 UstG). Zu den umsatzsteuerprivilegierten Verlagserzeugnissen 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 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. 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: Verlage und Buchhändler dürfen Dritten, die gewerblich Buchkäufe vermitteln, eine Vermittlungsprovision zahlen. Bei nicht gewerblichen Vermittlern ist zu unterscheiden. Erbringt der nicht gewerbliche Vermittler eine echte Akquiseleistung, generiert er also für den Verlag oder Händler echte Neukunden, so darf dem Vermittler jedenfalls unter preisbindungsrechtlichen Gesichtspunkte eine Provision gezahlt werden. Soweit durch die Einschaltung eines »Vermittlers« die Preisbindung umgangen werden soll, dürfen unter keinen Umständen Provisionen gewährt werden. In der Zahlung von Vermittlungsprovisionen an Nichtgewerbliche liegt dann eine *indirekte Verletzung der Preisbindung*.

An einer Akquiseleistung fehlt es z. B. dann, wenn ein Elternteil oder ein Lehrer für eine Schulklasse im Rahmen einer *Sammelbestellung* den Kauf von Büchern »vermittelt«, die aufgrund eines Lehrplans ohnehin angeschafft werden müssen. In einem solchen Fall darf dem vermeintlichen Vermittler keine Provision oder sonstige Vergütung gezahlt werden. → *Affiliate-Programme*; → *Büchertische*; → *Fördervereine*; → *Preisbindungsverletzung, indirekte*; → *Merklblatt Wiederverkäuferrabatt*

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). → *Beschaffungskosten*; → *Portokosten*

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 spielt das Instrumentarium der Vertragsstrafe bei der Verhinderung und Ahndung von Preisbindungsverstößen eine nicht unerhebliche Rolle. Schon der *Sammelrevers* enthielt 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. Eine entsprechende Regelung besteht auch unter Geltung des BuchPrG fort. Eine solche Regelung hat gegenüber dem gewöhnlichen Procedere den Vorteil, dass jedes dem »Konventi-

onalstraferevers« angeschlossene Unternehmen bereits beim ersten Preisbindungsverstoß auf Zahlung einer Geldstrafe in Anspruch genommen werden kann. Soweit nur die Sanktionen des BuchPrG zur Verfügung stehen, 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 **e r n e u t** gegen seine Pflichten verstoßen hat.

Der Wortlaut des Vertragsstrafesammelrevers ist auf der Website des Börsenvereins unter www.boersenverein.de abrufbar. → *Musterformular »Hinweis auf das Buchpreisbindungsgesetz mit Vertragsstrafereversprechen« im Anhang*; → *»Musterformular für Büchertischverkäufe mit Vertragsversprechen« 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 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 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 § 4 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. Der *Fachzeitschriftensammelrevers* ist unter www.boersenverein.de abrufbar.

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, das beispielsweise 50 Exemplare eines Fachbuches ordert, darf, weil die Grenze von 2 % nicht überschritten wird, ein 51. Exemplar umsonst bekommen. 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. → *Geschenke*;
→ *Kundenbindungssysteme*

Zweigleisiger Vertrieb: → *Parallelausgaben*

Abkürzungen:

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

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 Oktober 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

Kurzkommentar: Dieses Musterschreiben können Verlage und Buchhandlungen verwenden, wenn sie branchenfremde Wiederverkäufer mit preisgebundenen Produkten beliefern wollen. Seit 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 Verlagserzeugnisse an Endkunden verkaufen, müssen die jeweils aktuellen Ladenpreise der Verlage 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 Verlagserzeugnisse nur zu den jeweils gültigen Bruttoladenpreisen (inkl. 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 Zweifelsfällen 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 1.500 Euro für den ersten Verstoß sowie 2.500 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 / Branchenfremder Wiederverkäufer)

Kurzkommentar: 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 250 Euro für den Einzelfall. Die Vertragsstrafe ist zu zahlen an das Sozialwerk des Deutschen Buchhandels e.V., Großer Hirschgraben 17–21, 60311 Frankfurt am Main.

(Ort / Datum / Unterschrift des Büchertischbetreibers)

Preisbindungsgesetz Deutschland

Gesetz über die Preisbindung für Bücher (Buchpreisbindungsgesetz – BuchPrG) in der Fassung vom 14. Juli 2006

§ 1 Zweck des Gesetzes

Das Gesetz dient dem Schutz des Kulturgutes Buch. Die Festsetzung verbindlicher Preise beim Verkauf an Letztabnehmer 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.

§ 2 Anwendungsbereich

- (1) Bücher im Sinne dieses Gesetzes sind auch
1. Musiknoten,
 2. kartographische Produkte,
 3. Produkte, die Bücher, Musiknoten oder kartographische Produkte reproduzieren oder substituieren und bei Würdigung der Gesamtumstände als überwiegend verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind sowie
 4. kombinierte Objekte, bei denen eines der genannten Erzeugnisse die Hauptsache bildet.
- (2) Fremdsprachige Bücher fallen nur dann unter dieses Gesetz, wenn sie überwiegend für den Absatz in Deutschland bestimmt sind.
- (3) Letztabnehmer im Sinne dieses Gesetzes ist, wer Bücher zu anderen Zwecken als dem Weiterverkauf erwirbt.

§ 3 Preisbindung

Wer gewerbs- oder geschäftsmäßig Bücher an Letztabnehmer verkauft, muss den nach § 5 festgesetzten Preis einhalten. Dies gilt nicht für den Verkauf gebrauchter Bücher.

§ 4 Grenzüberschreitende Verkäufe

- (1) Die Preisbindung gilt nicht für grenzüberschreitende Verkäufe innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraumes.
- (2) Der nach § 5 festgesetzte Endpreis ist auf grenzüberschreitende Verkäufe von Büchern innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraumes anzuwenden, wenn sich aus objektiven Umständen ergibt, dass die betreffenden Bücher allein zum Zwecke ihrer Wiedereinfuhr ausgeführt worden sind, um dieses Gesetz zu umgehen.

§ 5 Preisfestsetzung

- (1) Wer Bücher verlegt oder importiert, ist verpflichtet, einen Preis einschließlich Umsatzsteuer (Endpreis) für die Ausgabe eines Buches für den Verkauf an Letztabnehmer festzusetzen und in geeigneter Weise zu veröffentlichen. Entsprechendes gilt für Änderungen des Endpreises.
- (2) Wer Bücher importiert, darf zur Festsetzung des Endpreises den vom Verleger des Verlagsstaates für Deutschland empfohlenen Letztabnehmerpreis einschließlich der in Deutschland jeweils geltenden Mehrwertsteuer nicht unterschreiten. Hat der Verleger keinen Preis für Deutschland empfohlen, so darf der Importeur zur Festsetzung des Endpreises den für den Verlagsstaat festgesetzten oder empfohlenen Nettopreis des Verlegers für Endabnehmer zuzüglich der in Deutschland jeweils geltenden Mehrwertsteuer nicht unterschreiten.
- (3) Wer als Importeur Bücher in einem Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum zu einem von den übli-

chen Einkaufspreisen im Einkaufsstaat abweichenden niedrigeren Einkaufspreis kauft, kann den gemäß Absatz 2 festzulegenden Endpreis in dem Verhältnis herabsetzen, wie es dem Verhältnis des erzielten Handelsvorteils zu den üblichen Einkaufspreisen im Einkaufsstaat entspricht; dabei gelten branchentypische Mengennachlässe und entsprechende Verkaufskonditionen als Bestandteile der üblichen Einkaufspreise.

(4) Verleger oder Importeure können folgende Endpreise festsetzen:

1. Serienpreise,
2. Mengenpreise,
3. Subskriptionspreise,
4. Sonderpreise für Institutionen, die bei der Herausgabe einzelner bestimmter Verlagswerke vertraglich in einer für das Zustandekommen des Werkes ausschlaggebenden Weise mitgewirkt haben,
5. Sonderpreise für Abonnenten einer Zeitschrift beim Bezug eines Buches, das die Redaktion dieser Zeitschrift verfasst oder herausgegeben hat und
6. Teilzahlungszuschläge.

(5) Die Festsetzung unterschiedlicher Endpreise für einen bestimmten Titel durch einen Verleger oder Importeur oder deren Lizenznehmer ist zulässig, wenn dies sachlich gerechtfertigt ist.

§ 6 Vertrieb

(1) Verlage müssen bei der Festsetzung ihrer Verkaufspreise und sonstigen Verkaufskonditionen gegenüber Händlern den von kleineren Buchhandlungen erbrachten Beitrag zur flächendeckenden Versorgung mit Büchern sowie ihren buchhändlerischen Service angemessen berücksichtigen. Sie dürfen ihre Rabatte nicht allein an dem mit einem Händler erzielten Umsatz ausrichten.

(2) Verlage dürfen branchenfremde Händler

nicht zu niedrigeren Preisen oder günstigeren Konditionen beliefern als den Buchhandel.

(3) Verlage dürfen für Zwischenbuchhändler keine höheren Preise oder schlechteren Konditionen festsetzen als für Letztverkäufer, die sie direkt beliefern.

§ 7 Ausnahmen

(1) § 3 gilt nicht beim Verkauf von Büchern:

1. an Verleger oder Importeure von Büchern, Buchhändler oder deren Angestellte und feste Mitarbeiter für deren Eigenbedarf,
2. an Autoren selbständiger Publikationen eines Verlages für deren Eigenbedarf,
3. an Lehrer zum Zwecke der Prüfung einer Verwendung im Unterricht,
4. die auf Grund einer Beschädigung oder eines sonstigen Fehlers als Mängel Exemplare gekennzeichnet sind;
5. im Rahmen eines auf einen Zeitraum von 30 Tagen begrenzten Räumungsverkaufs anlässlich der endgültigen Schließung einer Buchhandlung, sofern die Bücher aus den gewöhnlichen Beständen des schließenden Unternehmens stammen und den Lieferanten zuvor mit angemessener Frist zur Rücknahme angeboten wurden.

(2) Beim Verkauf von Büchern können wissenschaftlichen Bibliotheken, die jedem auf ihrem Gebiet wissenschaftlich Arbeitenden zugänglich sind, bis zu 5 Prozent, jedermann zugänglichen kommunalen Büchereien, Landesbüchereien und Schülerbüchereien sowie konfessionellen Bereichen und Truppenbüchereien der Bundeswehr und des Bundesgrenzschutzes bis zu 10 Prozent Nachlass gewährt werden.

(3) Bei Sammelbestellungen von Büchern für den Schulunterricht, die zu Eigentum der öffentlichen Hand, eines Beliehenen oder allgemein bildender Privatschulen, die den Status staatlicher Ersatzschulen besitzen, angeschafft werden, gewähren die Verkäufer folgende Nach-

lässe:

1. bei einem Auftrag im Gesamtwert bis zu 25.000 Euro für Titel mit
mehr als 10 Stück 8 Prozent Nachlass
mehr als 25 Stück 10 Prozent Nachlass
mehr als 100 Stück 12 Prozent Nachlass
mehr als 500 Stück 13 Prozent Nachlass

2. bei einem Auftrag im Gesamtwert von mehr als
25.000 Euro 13 Prozent Nachlass
38.000 Euro 14 Prozent Nachlass
50.000 Euro 15 Prozent Nachlass

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

(4) Der Letztverkäufer verletzt seine Pflicht nach § 3 nicht, wenn er anlässlich des Verkaufs eines Buches

1. Waren von geringem Wert oder Waren, die im Hinblick auf den Wert des gekauften Buches wirtschaftlich nicht ins Gewicht fallen, abgibt,
2. geringwertige Kosten der Letztabnehmer für den Besuch der Verkaufsstelle übernimmt,
3. Versand- oder besondere Beschaffungskosten übernimmt oder
4. andere handelsübliche Nebenleistungen erbringt.

§ 8 Dauer der Preisbindung

(1) Verleger und Importeure sind berechtigt, durch Veröffentlichung in geeigneter Weise die Preisbindung für Buchausgaben aufzuheben, deren erstes Erscheinen länger als achtzehn Monate zurück liegt.

(2) Bei Büchern, die in einem Abstand von weniger als achtzehn Monaten wiederkehrend erscheinen oder deren Inhalt mit dem Erreichen eines bestimmten Datums oder Ereignisses er-

heblich an Wert verlieren, ist eine Beendigung der Preisbindung durch den Verleger oder Importeur ohne Beachtung der Frist gemäß Absatz 1 nach Ablauf eines angemessenen Zeitraums seit Erscheinen möglich.

§ 9 Schadensersatz- und Unterlassungsansprüche

(1) Wer den Vorschriften dieses Gesetzes zuwiderhandelt, kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Wer vorsätzlich oder fahrlässig handelt, ist zum Ersatz des durch die Zuwiderhandlung entstandenen Schadens verpflichtet.

(2) Der Anspruch auf Unterlassung kann nur geltend gemacht werden

1. von Gewerbetreibenden, die Bücher vertreiben,
2. von rechtsfähigen Verbänden zur Förderung gewerblicher Interessen, soweit ihnen eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden angehört, die Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben, soweit sie insbesondere nach ihrer personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande sind, ihre satzungsgemäßen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher Interessen tatsächlich wahrnehmen, und die Handlung geeignet ist, den Wettbewerb auf dem relevanten Markt wesentlich zu beeinträchtigen,
3. von einem Rechtsanwalt, der von Verlegern, Importeuren oder Unternehmen, die Verkäufe an Letztabnehmer tätigen, gemeinsam als Treuhänder damit beauftragt worden ist, ihre Preisbindung zu betreuen (Preisbindungstreuhänder),
4. von qualifizierten Einrichtungen, die nachweisen, dass sie in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 des Unterlassungsklagengesetzes oder in dem Verzeichnis der Kommission der Europäischen Gemeinschaften nach Artikel 4 der Richtlinie 98/27/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Mai

1998 über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen (ABl. EG Nr. L 166 S. 51) in der jeweils geltenden Fassung eingetragen sind.

Die Einrichtungen nach Satz 1 Nr. 4 können den Anspruch auf Unterlassung nur geltend machen, soweit der Anspruch eine Handlung betrifft, durch die wesentliche Belange der Letztabnehmer berührt werden.

(3) Für das Verfahren gelten bei den Anspruchsberechtigten nach Absatz 2 Nr. 1 bis 3 die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb und bei Einrichtungen nach Absatz 2 Nr. 4 die Vorschriften des Unterlassungsklagegesetzes.

§ 10 Bucheinsicht

(1) Sofern der begründete Verdacht vorliegt, dass ein Unternehmen gegen § 3 verstoßen hat, kann ein Gewerbetreibender, der ebenfalls Bücher vertreibt, verlangen, dass dieses Unternehmen einem von Berufs wegen zur Verschwiegenheit verpflichteten Angehörigen der wirtschafts- oder steuerberatenden Berufe Einblick in seine Bücher und Geschäftsunterlagen gewährt. Der Bericht des Buchprüfers darf sich ausschließlich auf die ihm bekannt gewordenen Verstöße gegen die Vorschriften dieses Gesetzes beziehen.

(2) Liegt eine Zuwiderhandlung vor, kann der Gewerbetreibende von dem zuwiderhandelnden Unternehmen die Erstattung der notwendigen Kosten der Buchprüfung verlangen.

§ 11 Übergangsvorschrift

Von Verlegern oder Importeuren vertraglich festgesetzte Endpreise für Bücher, die zum 1. Oktober 2002 in Verkehr gebracht waren, gelten als Preise im Sinne von § 5 Abs. 1.

Merkblätter der Rechtsabteilung

Bei den einzelnen Stichworten finden sich Verweise auf verschiedene Merkblätter. Diese wurden von der Rechtsabteilung des Börsenvereins erstellt. Die Merkblätter können unter der E-Mailadresse rechtsabteilung@boev.de bestellt oder direkt unter www.boersenverein.de abgerufen werden.

- Die Buchpreisbindung. Eine Information für Industriekunden, öffentliche Institutionen und andere Großabnehmer
- Erlaubte Nachlässe beim Verkauf von Büchern an Endverbraucher im Rahmen des Buchpreisbindungsgesetzes
- Kein Nachlass für privat finanzierte Schulbuchkäufe
- Kundenbindungssysteme
- Mängel Exemplare
- Merkblatt für Buchhandlungen. Die Beschaffung von Schulbüchern im Rahmen öffentlicher Ausschreibungen
- Merkblatt für kommunale Schulträger. Die Beschaffung von Schulbüchern unter Berücksichtigung der Buchpreisbindung
- Merkblatt für Schulen zum Thema Preisbindung
- Nachlässe im Bibliotheksgeschäft
- Preisbindungsrechtliche Informationen zum so genannten Barcodeservice durch Buchhandlungen
- Räumungsverkauf wegen Aufgabe des Geschäftsbetriebs
- Wiederverkäuferrabatt

Ansprechpartner

Auskunft in preisbindungsrechtlichen Fragen erteilt Ihnen

Ihr buchhändlerischer Landesverband

LV Baden-Württemberg	www.buchhandelsverband.de
LV Bayern	www.buchhandel-bayern.de
LV Berlin-Brandenburg	www.berlinerbuchhandel.de
LV Bremen-Bremerhaven	
LV Hessen	www.boersenverein-hessen.de
LV Niedersachsen	www.buchhandel-niedersachsen.de
Region Norddeutschland	www.boersenverein-nord.de
LV Nordrhein-Westfalen	www.buchnrw.de
LV Rheinland-Pfalz	www.boersenverein-rheinland-pfalz.de
LV Saarland	www.boersenverein-saarland.de
LV Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen	www.boersenverein-sasathue.de

die Rechtsabteilung des Börsenvereins:

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.
Rechtsabteilung
Großer Hirschgraben 17-21
60311 Frankfurt am Main
Tel.: 069 1306-314
Fax: 069 1306-301
E-Mail: rechtsabteilung@boev.de
Internet: www.boersenverein.de

der Preisbindungstreuhänder der Verlage (Verfolgung von Preisbindungsverstößen, die durch Buchhandlungen begangen werden):

Anwaltskanzlei Fuhrmann Wallenfels Binder
RAe Dieter Wallenfels und Dr. Christian Russ
An der Ringkirche 6-8
65197 Wiesbaden
Tel.: 0611 449091
Fax: 0611 48451
E-Mail: info@fwb-wallenfels.de
Internet: www.fwb-rechtsanwaelte.de

der Preisbindungsbevollmächtigte des Sortiments (Verfolgung von Preisbindungsverstößen, die durch Verlage begangen werden):

Birgit Menche
Rechtsanwältin
Schloßstr. 94
60486 Frankfurt am Main
Tel.: 069 977829-40
Fax: 069 977829-42
E-Mail: mail@ra-menche.de

