

von Mag. iur Christoph Engel

Buchpreisbindung: Fördermodell ist unzulässig

Beim Verkauf von preisgebundenen Büchern ist nach einem aktuellen Urteil des LG Hamburg die Förderung durch Dritte unzulässig, wenn der Buchhändler selbst in Geschäftsbeziehungen mit den Förderern steht.

Eine Buchhandlung hatte sich ein an sich sehr cleveres Förderungsmodell für wissenschaftliche Fach- und Studienliteratur überlegt und tatsächlich auch eine Reihe von Unternehmen gefunden, die in einen entsprechenden Förderungstopf einzahlten. Die Förderung des Bücherkaufs sollte hierbei folgendermaßen funktionieren:

- Die Förderer zahlen in den Topf ein und werden zunächst auf der Homepage der Buchhandlung als Förderer ausgewiesen.
- Der Kunde kauft ein Buch und zahlt zunächst den vollen Endpreis.
- Die Buchhandlung schöpft einen Beitrag aus dem Förderungstopf ab, der 10% des Endpreises entspricht.
- Der Förderungsbeitrag wird dem Käufer gutgeschrieben, in der Rechnung wird der Förderer namentlich ausgewiesen.
- Steht gerade keine Förderung zur Verfügung, so steht es dem Käufer frei, das Buch zum vollen Endpreis zu erwerben oder zurückzugeben.

Das LG Hamburg erklärte dieses Modell jedoch später für rechtswidrig, da es gegen die Grundprinzipien des Buchpreisbindungsgesetzes (BuchPrG) verstößt (vgl. [% Urteil id="5686" text=" Urt. v. 08.06.2011, Az. 315 O 182/11" %]; m.w.N.):

“

„Der Wortlaut der Vorschrift ist offen. Sinn und Zweck der Vorschriften des BuchPrG lassen jedoch daran zweifeln, dass das Fördermodell der Antragsgegnerin zulässig ist. Zwar macht es in der Tat rechtlich und wirtschaftlich im Verhältnis der drei Beteiligten (Buchhändler – Förderer – Endkunde) keinen Unterschied, wenn der Endkunde 90% des Buchpreises und der Förderer effektiv 10% des Kaufpreises beisteuert. Unverkennbar ist aber, dass hiermit erhebliche Auswirkungen auf das wettbewerbliche Verhältnis zwischen den Buchhändlern verbunden wären. Denn im wirtschaftlichen Ergebnis ist die Antragsgegnerin zweifellos attraktiver als andere Buchhandlungen. Hat aber das BuchPrG letztlich die Ausschaltung des Wettbewerbs zwischen Buchhändlern zum Ziel, muss das ‚Fördermodell‘ unter diesem Aspekt bedenklich erscheinen. [...] Entscheidend ist, dass am Ende ein Preisvorteil bei der Antragsgegnerin auftaucht.“

”

Insbesondere beanstandeten die Richter auch, dass nach diesem Modell nicht klar ist, wofür genau die

Förderer in den Topf einzahlen; neben der Gutschrift beim Kunden betreibt die Buchhandlung noch Imagewerbung, für die anscheinend keine Gegenleistung fällig ist:

“

„Sie zahlen [den Förderbeitrag] zuletzt auch, um auf der Homepage der Antragstellerin sowie auf ihren Rechnungen als Förderer zu erscheinen und dadurch eine positive Assoziation bis hin zum Gefühl konkreter Dankbarkeit beim Kunden zu erzeugen (Imagewerbung). Dann wiederum stellt sich die Hingabe des Förderbeitrags als (zumindest teilweise) Zahlung für den Erhalt einer Gegenleistung bei der Antragsgegnerin dar. Das schließt es aus, dass die Antragsgegnerin zugleich den vollen Betrag und damit den vollen Endpreis für das gekaufte Buch erhält. Auch bei dieser Betrachtung erhält die Antragsgegnerin also am Ende nicht den vollen gebundenen Buchpreis.“

”

Im Ergebnis scheitert das skizzierte Modell also an den Grundsätzen des BuchPrG, auch wenn es wirklich gut durchdacht war und auf den ersten Blick durchaus mit der Buchpreisbindung vereinbar erschien. Der Teufel steckt hier also wie so oft im Detail; dementsprechend ist Buchhändlern anzuraten, (Verkaufs-)Förderungsmaßnahmen detailliert mit einem Juristen zu besprechen bzw. direkt extern planen zu lassen.

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)