

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

## OLG Frankfurt a.M: Anrechnung von Gutscheinen aus eigener Werbeaktion auf preisgebundene Bücher ohne äquivalente Gegenleistung des Kunden unzulässig

Sowohl die Durchführung von Werbeaktionen als auch das Gewähren spezifischer Preisnachlässe sind als Garantien der unternehmerischen Privatautonomie regelmäßig zulässig. Einschränkungen von diesem Grundsatz allerdings müssen immer dann gemacht werden, wenn ein konkretes Vorhaben gegen allgemeine oder spezielle Normen zu verstoßen droht und sich somit über gesetzliche Wertung hinwegsetzt.

Mit Urteil vom 28.01.2014 (Az. 11 U 93/13) hat das OLG Frankfurt am Main die Rabattaktion eines Buchhändlers, der Kunden unter bestimmten Bedingungen Preisnachlässe für einen Folgekauf zubilligte, als Verstoß gegen die §§3,5 des Buchpreisgesetzes gewertet.

### Der Sachverhalt

Das Urteil des Gerichts basierte auf der Berufung der erstinstanzlichen Klägers gegen einen Buchhändler, der Kunden für das Einsenden von zwei oder mehr gebrauchten Büchern nebst dem vereinbarten Eintauschpreis einen Wertgutschein von 5,00€ für einen Folgekauf ausgestellt hatte. Nicht die Vergabe, sondern vielmehr die Anrechnung eines solchen Rabatts auf den gebundenen Ladenpreis von neuen Büchern, an den sich der Händler nach §§3, 5 BuchPrG zu halten hat, erachtete der Kläger als unzulässigen Preisnachlass und begehrte die Unterlassung.

### Die Entscheidung des Gerichts

Das Gericht gab der Berufung des Klägers statt und bejahte einen Verstoß gegen die einschlägigen Paragraphen des BuchPrG.

§3 BuchPrG, nach dem Händler die von Verlagen nach §5 BuchPrG festgesetzten Preise einzuhalten haben, fungiere als Rabattverbot und wolle insofern sicherstellen, dass dem Händler beim Verkauf an den Endabnehmer der Festpreis als Barzahlungspreis zufließe.

Für das Vorliegen eines Verstoßes gegen diese Preisbindung könne es aber keinen Unterschied machen, ob dem Kunden beim Kauf unmittelbar ein niedrigerer Preis berechnet werde oder ob ihm ein bestimmter Wert in Abzug gebracht werde, der aus einer vorherigen Rabattaktion des Händlers hervorgehe.

Nach Ansicht des Gerichts kann als Bezugspunkt des Gutscheins mithin nicht nur das der Vergabe zugrunde liegende „Trade-In“-Geschäft gesehen werden. Vielmehr werde insofern die

Gebrauchtbüchereinsendung der Kunden durch die anschließende Gutscheinvergabe direkt mit dem später gewährten Preisnachlass verbunden, da sich der durch den Rabatt indizierte Preisvorteil erst mit der Anrechnung im Folgekauf realisiere.

Ein Verstoß sei aber dann zu verneinen, wenn dem Preisnachlass eine objektiv äquivalente Gegenleistung der Empfänger gegenüberstehe. In diesem Falle nämlich werde der gebundene Buchpreis beim Händler deshalb nicht unterschritten, weil jenem im gleichen Zuge ein geldwertes Pendant in exakt derselben Höhe wieder zufließe.

Den notwendigen, auf einer etwaigen Gegenleistung der Kunden beruhenden, exakten Wertausgleich sah das Gericht mangels objektiver Bestimmbarkeit jedoch weder in der Absatzmöglichkeit der im Zuge der Rabattaktion angekauften gebrauchten Bücher noch in etwaig ersparten Transaktionskosten aus dem Trade-In-Geschäft. Mithin folgte es, dass der Buchhändler die Gutscheine zumindest anteilig aus eigenen Mitteln finanzieren müsse und die Unterbietung der gebundenen Preise der Neuware durch keine kohärente vermögenserhaltende Maßnahme neutralisiert werden könne.

## Fazit

Sowohl im elektronischen Geschäftsverkehr als auch im Einzelhandel dürfen für Bücher, die der Preisbindung der §§3,5 BuchPrG unterliegen, Gutscheine nur dann vergeben werden, wenn der in Abzug gestellten Wert durch eine Leistung des Käufers in exakt der selben Höhe wieder ausgeglichen wird. Gewährt ein Händler im Rahmen einer Werbeaktion also Wertcoupons, die für spätere Buchkäufe preismindernd verwendet werden können, ist dies nur zulässig, wenn er dafür vom Empfänger eine bestimmbar äquivalente Gegenleistung erhält. Geschieht dies nicht, so finanziert der Händler den Rabatt regelmäßig aus eigenen Mitteln und verhindert, dass ihm der gebundene Festpreis zufließt.

Autor:

**RA Phil Salewski**

Rechtsanwalt