

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Das Buchpreisbindungsgesetz: Wie verkauft man rechtssicher Bücher?

Die Buchpreisbindung geht jeden an, der Bücher gewerblich vertreibt. Allerdings stellt sie den Händler vor so manches Rätsel – nicht zuletzt deshalb, weil die etwas verworrene Gesetzeslage noch durch ein unübersichtliches Geflecht aus Urteilen und Beschlüssen diverser Gerichte verkompliziert wird. Die nachfolgenden FAQ sollen es auch dem juristischen Laien ermöglichen, einen grundsätzlichen Überblick über die Rechtslage rund um den Büchermarkt zu erlangen.

I. Abmahnsichere Rechtstexte

Grundvoraussetzung für den abmahnsicheren Verkauf von Büchern über das Internet ist zunächst einmal die Verwendung geeigneter Rechtstexte, wie:

- [Impressum](#)
- AGB & Kundeninformationen
- Widerrufsbelehrung
- Datenschutzerklärung

Tipp:

Für den Fall, dass Sie sich beim Verkauf von Büchern mit passenden Rechtstexten absichern möchten: Die IT-Recht Kanzlei bietet Ihnen professionelle Unterstützung zur Absicherung Ihrer Verkaufspräsenz/en an – und zwar zu günstigen wie auch monatlich kündbaren Pauschalpreisen. Einen Überblick über die Sicherheitspakete der IT-Recht Kanzlei [finden Sie gerne hier](#).

II. Allgemeines zur Buchpreisbindung

Frage: Warum gibt es in Deutschland eine Buchpreisbindung?

Die Buchpreisbindung hat einen kulturpolitischen Hintergrund: Der Gesetzgeber meint erkannt zu haben, dass feste Ladenpreise zum Erhalt einer intakten Buchhandelslandschaft beitragen und Raum für Nischenthemen, Experimente und kulturelle Vielfalt lassen. Vor allem ist es Intention des Gesetzgebers, das insbesondere kleinere Buchhandlungen vor der Konkurrenz großer Handelsketten geschützt werden. Dem entsprechenden Buchpreisbindungsgesetz hatten im Jahr 2002 sämtliche zum damaligen Zeitpunkt im Bundestag vertretenen Parteien zugestimmt.

Frage: Welches Gesetz regelt die Buchpreisbindung?

Im Gesetz zur Buchpreisbindung (Buchpreisbindungsgesetz, nachfolgend "BuchPrG"), das am 01.10.2002 in Kraft getreten ist.

Frage: Was ist Ziel des Buchpreisbindungsgesetzes?

Das Buchpreisbindungsgesetz regelt

- die Verpflichtung der Verlage, für den Verkauf von Büchern an Letztabnehmer einen Preis festzusetzen und
- die Verpflichtung der Händler, beim Verkauf der Bücher an Letztabnehmer diesen festgesetzten Preis einzuhalten.

Das Buchpreisbindungsgesetz schaltet also zum Schutz des Kulturgutes Buch den Preiswettbewerb zwischen Buchhändlern auf der Ebene des Verkaufs an Letztabnehmer aus um zu gewährleisten, dass der Letztabnehmer Bücher überall zum gleichen Preis erhält - sowohl im stationären Buchhandel als auch im Fernabsatzgeschäft (vgl. auch BT-Drucksache 14/9196, Seite 10, zu § 3).

Das Verbot des Preiswettbewerbs zwischen den Einzelhändlern schließt ein, dass z. B. Preisnachlässe oder Boni an Letztverbraucher grundsätzlich nicht gewährt werden dürfen. Ausnahmen hiervon sind abschließend in § 7 BuchPrG geregelt. Maßnahmen zur Umgehung der Preisbindung sind unzulässig. So hat der Gesetzgeber etwa

- die Gewährung von Barzahlungsnachlässen,
- die Gewährung von indirekten Nachlässen beim Verkauf an Letztabnehmer, z. B. in Form von Naturalrabatten, Freixemplaren oder Boni,

verhindern wollen.

Auch Dritten gewährte Vermittlungsprovisionen dürfen weder ganz noch teilweise an den Letztabnehmer weitergegeben werden. (vgl. BT-Drucksache 14/9196, Seite 13, zu § 7 Abs. 4)

Zweck der Buchpreisbindung ist nicht die Ausschaltung des kompletten Wettbewerbs

Sinn und Zweck des Buchpreisbindungsgesetzes ist jedoch nicht die Unterbindung jedweden Wettbewerbs auf der Einzelhandelsstufe, sondern ausschließlich die Verhinderung des Preiswettbewerbs gegenüber dem Letztabnehmer. Andere Wettbewerbsparameter werden auch dann nicht berührt, wenn sie für den Buchhändler mit Kosten verbunden sind. So bleibt dem Buchhändler der Qualitätswettbewerb unbenommen, etwa durch

- Vorhalten eines umfangreichen Sortiments,
- der Eröffnung von Online-Bestellmöglichkeiten oder
- der Gewährleistung einer guten Beratung durch geschulte Verkäufer.

Ebenso gebietet es die Buchpreisbindung nicht, den Buchhändler in seiner unternehmerischen Handlungsfreiheit bei der Organisation seines Vertriebs und seines Marketings zu beschränken, zu der auch die provisionspflichtige Einschaltung Dritter gehört (vgl. zur grundsätzlichen Zulässigkeit der Gewährung von Vermittlungsprovisionen den Gesetzentwurf der Bundesregierung, BT-Drucks. 14/9196, Seite 13).

Frage: Gilt die Preisbindung im Markt für Bücher nur gegenüber dem Letztabnehmer?

Ja, dies ist der Fall. Da die Preisbindung im Markt für Bücher nicht mehrstufig ist, sondern nur gegenüber dem Letztabnehmer gilt, grenzt die Definition in Absatz 3 BuchPrG den Verkauf an Händler aus dem Geltungsbereich des Gesetzes aus.

Frage: Für welche Rechtsgeschäfte gilt die Buchpreisbindung?

§ 3 BuchPrG bestimmt, dass immer dann der nach § 5 festgesetzte Preis einzuhalten ist, wenn gewerbs- bzw. geschäftsmäßig Bücher an Letztabnehmer (also Endkunden) in Deutschland verkauft werden. Bei Schenkungen oder auch das Verleihen / Vermieten von Büchern greift die Buchpreisbindung nicht - wobei es für die Einordnung der "Vermietung" darauf ankommt, dass die Möglichkeit zur Nutzung (etwa von eBooks) nur zeitlich befristet gegeben ist.

Auch gedruckte und elektronische Bücher aus dem Ausland umfasst

Der Anwendungsbereich knüpft an den Verkauf der Bücher an Letztabnehmer **in Deutschland** an - unabhängig vom Sitz des Verkäufers (oder, im Falle von E-Books, unabhängig vom Standort etwa des Servers).

Indem rechtlich also inländische und grenzüberschreitende Verkäufe von Büchern also gleich behandelt werden, möchte der Gesetzgeber eine Unterwanderung der in Deutschland geltenden Buchpreisbindung bei Online-Verkäufen von gedruckten und elektronischen Büchern vom Ausland verhindern.

Aber: Gemäß § 2 II BuchPrG unterliegen fremdsprachige Bücher wiederum nur dann der Buchpreisbindung, wenn diese Bücher überwiegend für den Absatz in Deutschland bestimmt sind - dies ist vor allem bei solchen Büchern der Fall, die sich an ein deutschsprachiges Publikum wenden (z.B. Wörterbücher, Schulbücher).

Frage: Wer legt die Buchpreise fest?

Hierzu bestimmt § 5 BuchPrG:

“

"Wer Bücher für den Verkauf an Letztabnehmer in Deutschland verlegt oder importiert, ist verpflichtet, einen Preis einschließlich Umsatzsteuer (Endpreis) für die Ausgabe eines Buches für den Verkauf an Letztabnehmer in Deutschland festzusetzen und in geeigneter Weise zu veröffentlichen. Entsprechendes gilt für Änderungen des Endpreises."

”

Frage: Wann wird gegen das Buchpreisbindungsgesetz verstoßen?

Im Hinblick auf die vom Buchpreisbindungsgesetz bezweckte Regulierung des Preiswettbewerbs im Buchhandel ist Bezugspunkt für die Prüfung eines Verstoßes gegen die Buchpreisbindung immer, ob das Vermögen des Buchhändlers beim Verkauf neuer Bücher in Höhe des gebundenen Preises vermehrt wird (BGH, GRUR 2016, 298 Rn. 22 - Gutscheinaktion beim Buchankauf).

Frage: Verstoßen Onlinehändler, die ihre Bücher versandkostenfrei verschicken, gegen die Buchpreisbindung?

Nein. Es ist generell zulässig, preisgebundene Bücher versandkostenfrei zu verschicken, vgl. § 7 IV Nr. 3 BuchPrG. Auch Geschenkverpackungen von Büchern dürfen unberechnet bleiben.

Frage: Sind Provisionszahlungen an Dritte für Vermittlung von preisgebundenen Büchern zulässig?

Der BGH hatte erst kürzlich einen entsprechenden Fall zu beurteilen (vgl. BGH, Urteil vom 21.07.2016, Az. I ZR 127/15.). Der BGH entschied, dass Provisionszahlungen von 5 - 9 % zulässig seien, sofern der Buchkäufer den gebundenen Buchpreis in voller Höhe entrichten müsse und die Provision nicht an den Buchkäufer weitergeleitet werde. So liege eine unzulässige Umgehung der Buchpreisbindung nur vor, wenn dem Käufer im Gegenzug zur vollen Entrichtung des gebundenen Buchpreises ein wirtschaftlicher Vorteil gewährt werde, der so erheblich ist, dass er die auf den Preis bezogene Kaufentscheidung in relevanter Weise beeinflussen könne.

Frage: Kann die Buchpreisbindung verjähren?

Das Preisbindungsgesetz bedient sich nicht des Modells einer durch Zeitablauf seit Erscheinen automatisch endenden Preisbindung, sondern ermöglicht die Preisbindung für die gesamte Lebenszeit eines Produktes.

III. Begriffsbestimmungen

Frage: Wer handelt gewerbsmäßig?

Nach der amtlichen Begründung zu § 3 BuchPrG (BT-Drucks 14/9196, S. 10) handelt gewerbsmäßig derjenige, "der berufsmäßig in der Absicht dauernder Gewinnerzielung geschäftlich tätig wird".

Info: Nach Ansicht des OLG Frankfurt (Urteil vom 15. 6. 2004, Az. 11 U 18/2004) handelt derjenige gewerbsmäßig, der über eine Internetplattform wie Amazon oder eBay in einem Zeitraum von sechs Wochen mehr als 40 Bücher verkauft.

Frage: Wer handelt geschäftsmäßig?

Geschäftsmäßig handelt nach der Begründung der Bundesregierung zum Gesetzentwurf derjenige, der – auch ohne Gewinnerzielungsabsicht – die Wiederholung gleichartiger Tätigkeiten zum wiederkehrenden Bestandteil seiner Beschäftigung macht.

Frage: Wer ist Letztabnehmer?

Letztabnehmer i.S.d. § 3 BuchPrG ist derjenige, der Bücher zu anderen Zwecken als zum Weiterverkauf erwirbt. Dies ist also nur der Nutzer bzw. Endkunde, der das Buch zu eigenen Gebrauchszwecken oder zur unentgeltlichen Weitergabe erwirbt. (vgl. § 2 Abs. 3 BuchPrG).

Kein Letztabnehmer dagegen ist

- wer Bücher von Verlagen unentgeltlich zu Rezensionszwecken erhält und sodann zum Verkauf bzw. zur Versteigerung anbietet. Grund: Diese Bücher wurden nicht zuvor wenigstens einmal entgeltlich erworben (OLG Frankfurt, Urteil vom 15.06.2004, Az. 11 U 18/2004).
- der Händler, es sei denn dieser erwirbt zu privaten, nicht geschäftlichen Zwecken.

- der gewerbliche (oder scheinbar „private“) Händler, der ermäßigte Buchclubausgaben bei einem Buch- und Medienvertrieb zum Zwecke des Weiterverkaufs über Internetplattformen ankauft (vgl. OLG Frankfurt, 1. Kartellsenat, Beschl. V. 11.04.2006, Az. 11 W 9/06: das Gericht argumentierte, dass bei der Bestimmung des Letztabnehmers darauf abzustellen sei, mit welcher Absicht die Bücher erworben werden; die Absicht des Käufers, an wen er die Bücher verkaufen will, sei dagegen unbeachtlich);
- der Journalist, der die Bücher von Verlagen unentgeltlich zu Rezensionszwecken erhält und sodann zum Verkauf bzw. zur Versteigerung anbietet (Grund: diese Bücher wurden zuvor nicht wenigstens einmal entgeltlich erworben, vgl. OLG Frankfurt 1. Kartellsenat, Urt. v. 15.06.2004, Az. 11 U 18/04);
- der Verein, der eine größere Anzahl von Büchern zum Zwecke des Weiterverkaufs an seine Mitglieder beim Verlag oder Buchhandel erwirbt (vgl. Franzen/Wallenfels/Russ, S. 58).

Frage: Was ist ein Mängel exemplar?

Mängel exemplare sind solche Produkte, die ursprünglich einwandfreie Verlagserzeugnisse waren, nun aber äußerlich erkennbare Schäden (z. B. abgeschauelter Einband, Beschmutzung durch häufiges Anfassen, Flecken, Transportschäden) aufweisen und deshalb nicht mehr zum regulären Endpreis verkauft werden können.

Auch kleinere Beschädigungen können die Einordnung eines Buches als Mängel exemplar rechtfertigen, wenn sie dazu führen, dass das Buch zum Ladenpreis nicht mehr verkäuflich ist. Beim Verkauf von Mängel exemplaren ist der Händler nicht an das BuchPrG gebunden, so dass der Verkauf zu einem günstigeren Preis erlaubt ist.

Allein die Tatsache jedoch, dass der Schnitt der Bücher etwas nachgedunkelt ist, kann noch keinen Mangel begründen (Urteil des LG Darmstadt vom 03.04.2007, Az. 12 O 372/06).

IV. Preisgebundene Produkte

Frage: Welche Produkte unterliegen der Buchpreisbindung?

Der Buchpreisbindung unterliegen zum einen natürlich **Bücher**, zum anderen folgende den Büchern gemäß § 2 Abs. 1 BuchPrG **gleichgestellte** Produkte. Unter welchen Voraussetzungen ein Druckerzeugnis ein Buch im Sinne des Buchpreisbindungsgesetzes ist, ist durch Abwägung verschiedenster Kriterien an Hand des Einzelfalls zu entscheiden. Dabei können der Inhalt, Aufmachung, eine periodische Erscheinungsweise, die Ausstattung mit einer ISBN sowie der Vertriebsweg eine Rolle spielen (KG Berlin, 08.01.2019, Az. 5 U 186/17).

1. Musiknoten

Als Musiknoten gelten Vervielfältigungen von Werken der Musik, die graphisch, photographisch, durch Fotokopie, Lichtpausverfahren, Mikrokopie oder handschriftlich hergestellt sind. Auf die äußere Gestalt und die Verarbeitung kommt es nicht an. Sammlungen von Liedern, Chören, Notenkartenspiele usw. fallen daher ebenfalls unter den Begriff der Musiknoten.

2. Kartographische Produkte

Unter kartographischen Produkten versteht man maßstäbliche Wiedergaben der Erdoberfläche auf Grund von Vermessungen, Berechnungen oder fotogrammetrischen Aufnahmen - wie z.B. Atlanten, Landkarten, Globen.

3. Produkte, die Bücher, Musiknoten oder kartographische Produkte reproduzieren oder substituieren wie zum Beispiel zum dauerhaften Zugriff angebotene elektronische Bücher, und bei Würdigung der Gesamtumstände als überwiegend verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind

Es unterliegen auch elektronische Bücher mit den den gedruckten Büchern nachempfundenen Eigenschaften – als Substitut des Buches – der Preisbindung. Auch digitale Musiknoten, die Musiknoten reproduzieren oder substituieren und als überwiegend verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind, unterliegen der Preisbindung.

Der Preisbindung unterliegende elektronische Bücher werden zum dauerhaften Zugriff angeboten und sind unter Würdigung aller Umstände als überwiegend verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen. Es ist nicht erforderlich, dass sie auch in gedruckter Form vorliegen. Elektronische Bücher, die nicht als verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind, wie beispielsweise von den Autoren selbst unter Nutzung spezialisierter Plattformen veröffentlichte elektronische Bücher, fallen laut Begründung des zweiten Änderungsgesetzes nicht unter die Preisbindung.

Auch muss der Nutzer dauerhaft das Recht erwerben, das elektronische Buch zu lesen, da dies mit dem Verkauf des Buches vergleichbar ist. Ein temporärer Zugriff z. B. über einen monatlichen Mietpreis wird nicht von der Preisbindung erfasst.

Für elektronische Preise können andere Preise als für gedruckte Bücher festgesetzt werden

Die Verpflichtung, einen Preis festzusetzen und zu veröffentlichen, bezieht sich auf eine Ausgabe eines Buches. Für elektronische Bücher können demnach andere Preise als für gedruckte Bücher festgesetzt werden. Das gilt auch für verschiedene Ausgaben elektronischer Bücher.

4. Kombinierte Objekte, bei denen eines der genannten Erzeugnisse die Hauptsache bildet

Ein solches Objekt liegt vor, wenn ein preisbindungsfähiges Buch (oder buchnahes Produkt) mit einem anderen Ware zusammengefügt und zu einem Gesamtpreis angeboten wird. Es ist dann preisgebunden, wenn es sich nach Ankündigung, Aufmachung und Vertriebsweg aus Sicht des Verbrauchers insgesamt noch als "Buch" darstellt (vgl. Freytag/Gerlinger, WRP 2004, 537, 540) - hier wird gerade auch das Wertverhältnis zwischen Buch und Zugabe ein wichtiges Indiz sein.

Frage: Welche Produkte unterliegen dagegen keiner Buchpreisbindung?

Nicht im Preis gebunden sind etwa:

Gebrauchte Bücher: Gebrauchte Bücher sind nicht preisgebunden, da nach § 3 BuchPrG lediglich der Verkauf neuer Bücher zum gebundenen Preis erfolgen muss. Ein Buch ist gebraucht, wenn es bereits einmal die Vertriebskette des Buchhandels verlassen hat, indem es durch Verkauf an einen Letztabnehmer in den privaten Gebrauch gelangt ist - der Erhaltungszustand, das Alter des Buchexemplars oder die Aktualität des Titels ist dabei unerheblich. Auch ein originalverpacktes Buch ist daher "gebraucht" im Sinne des BuchPrG, wenn es zuvor von einem Letztabnehmer zum gebundenen Preis gekauft wurde. Keine gebrauchten Bücher sind Remittenden (OLG Frankfurt/Main, Entscheidung vom 26.07.2005 - 11 U 8/05).

Achtung: In einer bemerkenswerten Verfügung des LG Dresden vom 02.09.2010 stellt das Gericht fest, dass ein Verstoß gegen § 3 BuchPrG auch dann in Betracht kommt, wenn ein gebrauchtes Buch - sei es absichtlich oder versehentlich - als „neu“ beworben wird. Das Gericht begründet seine Rechtsauffassung damit, dass bei Abschluss eines Kaufvertrages auf der Grundlage einer Bestellung, die sich auf das Angebot eines „neuen“ Buches bezieht, ein Kaufvertrag über ein gemäß § 3 Buchpreisbindungsgesetz der Buchpreisbindung unterliegendes neues und mangelfreies Buch zustande kommt. Der Verkäufer ist in diesem Fall zur Lieferung eines neuen Buches verpflichtet, welches er dann nur unter Verstoß gegen die Buchpreisbindung liefern könnte. In der oben dargestellten Fallgestaltung handelt der Verkäufer nach dieser Rechtsauffassung gleich in doppelter Hinsicht wettbewerbswidrig. Zum einen wirbt er irreführend, wenn er ein gebrauchtes und damit minderwertiges Buch als „neu“ bewirbt. Zum anderen verstößt er bereits durch sein Angebot gegen die Vorschriften des Buchpreisbindungsgesetzes. Gewerbliche Anbieter von Büchern sollten daher stets darauf achten, dass sie als „neu“ beworbene Bücher nicht unter dem vom Verlag festgesetzten Endpreis anbieten. Ansonsten drohen wettbewerbsrechtliche Abmahnungen.

Auch das OLG Frankfurt befand mit Urteil 15.06.2004, Az. 11 U 18/2004), dass Bücher, die mit "ungelesen", "neu" oder "völlig neu", "Topzustand" beworben werden, schon begrifflich, aber auch nach dem allgemeinen Sprachgebrauch keine "gebrauchten" Bücher sein können.

Ist Antiquariats-/Flohmarktware zwangsläufig gebraucht?

Grundsätzlich möchte man natürlich davon ausgehen können, dass es sich bei Büchern aus Antiquariaten bzw. Flohmarktware um gebrauchte und damit nicht mehr der Buchpreisbindung unterliegende Produkte handelt, womit ein Weiterverkauf dieser Produkte zu einem günstigeren Preis möglich wäre.

Jedoch spricht die Tatsache, dass ein Buch auf diesem Wege erworben wurde, den Händler nicht zwingend von der Buchpreisbindung frei; so gibt es Händler, die versuchen, durch den Absatz ihrer (eigentlich noch preisgebundenen) Ware in Antiquariaten oder auf Flohmärkten die Buchpreisbindung zu umgehen. Gerät man an solch einen Händler und verkauft die Ware dann gewerbsmäßig als „gebraucht“ weiter, so liegt u.U. ein Verstoß gegen das BuchPrG vor, da in diesem Fall noch eine Buchpreisbindung für diese Waren besteht.

Ein den Unterlassungsanspruch (s.u.) auslösender Verstoß gegen das BuchPrG ist jedoch verschuldensunabhängig, d.h. der Händler kann sich nicht darauf berufen, keine Kenntnis von der (nach wie vor bestehenden) Preisbindung der Ware gehabt zu haben. Vielmehr liegt es in seinem Verantwortungsbereich, die Ware ordnungsgemäß zu verkaufen – er kann sich hier also nicht ohne weiteres auf die Angaben seines Lieferanten verlassen. Einzig bliebe dem Händler dann in Fall der Fälle die Möglichkeit, seinen Lieferanten für einen ihm entstandenen Schaden in Regress zu nehmen; dies wäre jedoch gerade bei Ware, die auf Flohmärkten erstanden wurde, schwierig, da der Lieferant im Zweifel nicht mehr greifbar ist. Letztlich könnte hier nur durch eine schriftliche Vereinbarung die Qualität der Ware festgehalten werden, so dass die Beweisführung später erleichtert würde.

Fremdsprachige Bücher: Gemäß § 2 II BuchPrG unterliegen fremdsprachige Bücher nur dann der Buchpreisbindung, wenn diese Bücher überwiegend für den Absatz in Deutschland bestimmt sind – dies ist vor allem bei solchen Büchern der Fall, die sich an ein deutschsprachiges Publikum wenden (z.B. Wörterbücher, Schulbücher). Ausschlaggebendes Kriterium ist demnach der Zielabsatzmarkt der Publikation. Dies gilt nicht nur für aus dem Ausland importierte Titel, sondern beispielsweise auch für wissenschaftliche Publikationen deutscher Verlage in englischer Sprache, die für den Absatz in der weltweiten Gemeinde von Fachwissenschaftlern hergestellt werden. Hingegen sind Wörterbücher, Sprachlehrbücher und fremdsprachige Schulbücher für deutsche Schulen preisbindungspflichtig.

Kalender: Kalender unterliegen grundsätzlich nicht der Buchpreisbindung. Nur bei in buchähnlich aufgemachten Kalendern kommt es auf eine Einzelfallentscheidung an. Sollte das Kalendarium das prägende Element sein, bleibt es bei der Preisbindungsfreiheit. Anders sieht es dagegen aus, wenn die Buch- bzw. Textinhalte das wesentliche Charakteristikum sind – in dem Fall gilt wiederum die Preisbindung für Bücher.

Kleinschriftum: Kleinschriftum wie z.B. Ansichtskarten, Vorlagen für Schnittmuster oder Spielkarten sind nicht preisgebunden.

Mangelhafte Bücher: Mängel Exemplare sind solche Produkte, die ursprünglich einwandfreie Verlagserzeugnisse waren, nun aber äußerlich erkennbare Schäden (z. B. abgescheuerter Einband, Beschmutzung durch häufiges Anfassen, Flecken, Transportschäden) aufweisen und deshalb nicht mehr

zum regulären Endpreis verkauft werden können.

Mediale Produkte: Mediale Produkte, wie etwa Bildträger (z.B. DVDs, Videos) und Tonträger (z.B. Schallplatten, Musik-CDs) sind nicht preisgebunden. Dies gilt auch für Hörbücher, da diese weder Bücher noch buchnahe Produkte darstellen (vgl. Gesetzesmaterialien, BT-Drucks. 14/9422, S.11). Dies entspricht – zumindest momentan, auch der Rechtsauffassung der Rechtsabteilung des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

Spiele, Apps: Spiele wie auch Apps sind nicht preisgebunden.

Frage: Wie wirkt sich der Widerrufsfall auf die Buchpreisbindung aus?

Generell unterliegen gebrauchte Produkte nicht der Buchpreisbindung (vgl. oben). Ein Buch, das nach Widerrufserklärung des Kunden an den Händler zurückgesandt worden ist, ist jedoch nicht in den privaten Gebrauch gelangt. Insbesondere hat der Buchhandel nicht am preisgebundenen Entgelt der ersten Veräußerung partizipiert (OLG Frankfurt, NJW 2004, 2098, 2100). Letztlich wurde nämlich der gebundene Preis nicht durch den Letztabnehmer, der später widerrufen hat, bezahlt. (vgl. hierzu Urteil des LG Nürnberg-Fürth vom 25.11.2016, Az. 4 HK O 6816/16, 4 HKO 6816/16)

V. Der gebundene Endpreis

Frage: Wer bestimmt den Endpreis eines preisgebundenen Produkts?

§ 5 BuchPrG bestimmt, dass Verleger und Importeure von Büchern verpflichtet sind, einen Preis einschließlich Umsatzsteuer (Endpreis) für die Ausgabe eines Buches für den Verkauf an Letztabnehmer in Deutschland festzusetzen und in geeigneter Weise zu veröffentlichen. Entsprechendes gilt für Änderungen des Endpreises.

Frage: Wie kann man als Händler den jeweiligen Endpreis sicher feststellen?

Die Frage, wie und wo man als Händler bei über einer Millionen lieferbaren Büchern den jeweiligen gebundenen Ladenpreis sicher feststellen soll, ist nicht einfach zu beantworten. Gerade die semi-professionellen Buchhändler, die ihre Waren über die eBay- und/oder die Amazon-Plattformen anbieten, sind hier oft überfordert. Zwar müssen Preisaufhebungen und Preissenkungen dem Buchhandel bekannt gemacht werden – etwa über die „Gelben Seiten“ im Börsenblatt für den deutschen Buchhandel oder über das „Verzeichnis lieferbarer Bücher“. Doch häufig melden die Verlage ihre Preisänderungen oder Preisaufhebungen auch nicht.

Hinweis: Immerhin bietet sich auch die Möglichkeit der Recherche über ISBN-Nummern bei www.buchhandel.de oder etwa Web-Angebote wie www.libri.de.

Frage: Welche anderen Endpreise als Einzelverkaufspreise können festgelegt werden?

Welche Arten von Endpreisen durch den Verleger für ein und dieselbe Ausgabe eines Titels festgelegt werden können, ist in § 5 Abs. 4 BuchPrG geregelt.

Demnach sind folgende Preisarten vorgesehen:

- Serienpreise (sind Preise für den geschlossenen Verkauf einer Reihe zusammengehöriger Werke ein- und desselben Verlags, für einzelne Werke der Reihe darf der Serienpreis nicht angewandt werden),
- Mengenpreise (sind besondere Preise für den Verkauf einer größeren Anzahl desselben Werkes an denselben Letztabnehmer.)
- Subskriptionspreise (sind ermäßigte Preise, die bis zum vollständigen Erscheinen eines Werkes und unter Angabe des Subskriptionszeitraums verwendet werden können),
- Sonderpreise für Institutionen, die bei der Herausgabe einzelner bestimmter Verlagswerke vertraglich in einer für das Zustandekommen des Werkes ausschlaggebenden Weise mitgewirkt haben,
- Sonderpreise für Abonnenten einer Zeitschrift beim Bezug eines Buches, das die Redaktion dieser Zeitschrift verfasst oder herausgegeben hat,
- Teilzahlungszuschläge.

Nach dem Wortlaut des Gesetzes ist es grundsätzlich erlaubt, für denselben Titel zusätzlich zum Einzelpreis einen der hier genannten Preise festzulegen. Dieser Preis und die Voraussetzungen, unter denen die Ausgabe (vergünstigt) gekauft werden kann, müssen jedoch im Voraus festgelegt sein.

Frage: Können Mengenpreise festgesetzt werden? Wie hoch darf der Preisnachlass sein?

Nach dem Wortlaut des § 5 Abs. 4 Nr. 2 BuchPrG ist es möglich, für denselben Titel zusätzlich zum Einzelpreis einen Mengenpreis festzulegen. Dieser Preis und die Abnahmemenge, auf die sich der vergünstigte Preis bezieht, müssen jedoch im Voraus festgelegt sein. Die Festsetzung darf sich auch nur auf den Kauf größerer Mengen des gleichen Titels (und nicht mehrerer Titel des gleichen Verlags) beziehen. Der Mengenpreis soll hierbei der Rationalisierung beim Händler entsprechen; der Preisnachlass sollte jedoch 25% nicht überschreiten (vgl. Franzen/Wallenfels/Russ, § 5 Rn. 9 f.).

Frage: Können Subskriptionspreise festgesetzt werden? Wie hoch darf der Preisnachlass sein?

Nach denselben Grundsätzen (siehe vorhergehende Frage) besteht auch die Möglichkeit, ein Subskriptionssystem für solche Bücher zu organisieren, bei denen regelmäßig Neuauflagen erscheinen. Jedoch ist hierbei zu bedenken, dass dadurch (neben einem gewissen Investitionsaufwand) diverse weitere Rechtsfragen anfallen. Neben der Frage nach einer sinnvollen Kündigungsfrist bei z.B. nur jährlich erscheinenden Neuauflagen wären etwa auch entsprechende Allgemeine Geschäftsbedingungen zu erstellen.

Frage: Dürfen einzelne Titel zum festgelegten Mengenpreis ausschließlich in Tranchen angeboten werden?

Diese Frage ist durchaus interessant – gerade etwa im akademischen Bereich würde es durchaus Sinn machen, bestimmte (Lehr-)Bücher ausschließlich zum Mengenpreis anzubieten; die Frage kann aber nach dem derzeitigen Rechtsstand nicht pauschal beantwortet werden. Eine ausdrückliche gesetzliche Regelung ist im BuchPrG nicht enthalten.

Hinweise finden sich jedoch in den §§ 1, 5 BuchPrG. So gibt § 5 Abs. 1 S. 1 BuchPrG vor, dass für Bücher grundsätzlich ein Preis für die Abgabe eines einzelnen Buches festgelegt werden muss. Im Umkehrschluss muss es dem Endabnehmer daher möglich sein, Bücher einzeln zu erwerben; andernfalls würde die Norm in diesem Wortlaut leerlaufen. Für diese Folgerung spricht auch die Ratio der Norm, wie sie in § 1 BuchPrG festgelegt wird (vgl. hierzu a. Franzen/Wallenfels/Russ, § 1 Rn. 2 f.)

Eine Beschränkung nur auf Großbestellungen würde (Einzel-)Interessenten den Zugang zum konkreten Kulturgut „Buch“ jedoch beschränken. Die Idee, Bücher (etwa aus wirtschaftlichen Erwägungen heraus) ausschließlich über Großbestellungen zu vertreiben, ist daher nach dem derzeitigen Wortlaut des Gesetzes nicht ausdrücklich verboten, aber argumentativ angreifbar.

Frage: Dürfen für einen Titel unterschiedliche Endpreise festgesetzt werden?

Grundsätzlich sieht das BuchPrG die Möglichkeit vor, einen Titel parallel in zwei Ausgaben zu unterschiedlichen Preisen zu vermarkten, vgl. § 5 Abs. 5 BuchPrG:

“

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

”

Problematisch ist hier die Rechtfertigung durch sachliche Gründe. Die Rechtsprechung hat

insbesondere vier – ursprünglich für „Buchclub-Ausgaben“ vorgesehene – Kriterien entwickelt, die hierbei zu betrachten sind (vgl. Kommentar Franzen/Wallenfels/Russ, § 5 Rn. 19 ff.):

- Unterschiedlichkeit der Ausstattung der einzelnen Ausgaben
- zeitlicher Abstand zwischen dem Erscheinen der Ausgaben
- Größe des Preisunterschiedes
- Tragweite der Abnahmeverpflichtung

Bei großen Unterschieden hinsichtlich der Ausstattung der einzelnen Ausgaben sowie hoher Tragweite der Abnahmeverpflichtung kann eine solche sachliche Rechtfertigung bestehen.

Ein zeitlicher Abstand zwischen dem Erscheinen der Ausgaben muss nicht eingehalten werden, wenn die Aktualität des Titels von besonderer Relevanz ist (denkbar etwa bei jeweils semesteraktuellen Ausgaben von akademischer Literatur).

Der Preis der für die Mengenabgabe vorgesehenen Ausgabe sollte nach herrschender Rechtsprechung um maximal 40% niedriger sein als der Preis der Einzelverkaufsausgabe (vgl. Franzen/Wallenfels/Russ, § 5 Rn. 28).

Hinweis: Die genannten Kriterien wurden bislang jedoch ausdrücklich nur auf „Buchclub-Ausgaben“ angewandt; etwa in einem Urteil des Oberlandesgerichts Düsseldorf (Urt. v. 11.03.2008, Az. I-U 119/07), in dem das Gericht sich mit dem Preisabstand zwischen zwei Ausgaben des gleichen Titels befasste (Einzelausgabe mit höherem Preis bzw. „Buchclub-Ausgabe“ mit geringerem Preis). Dieser Preisabstand wurde vom Gericht als sachlich gerechtfertigt und mit dem BuchPrG konform betrachtet, insbesondere da die beiden Versionen sich in der Aufmachung deutlich unterschieden und grundsätzlich für ein unterschiedliches Publikum (Einzelkunden im Buchhandel bzw. Mitglieder des Buchclubs) vorgesehen waren.

Frage: Können Verlage Preise ändern oder aufheben?

§ 8 BuchPrG regelt in dem Zusammenhang:

“

- Abs. 1: Verleger und Importeure sind berechtigt, durch Veröffentlichung in geeigneter Weise die Preisbindung für Buchausgaben aufzuheben, deren erstes Erscheinen länger als 18 Monate zurückliegt.

- Abs. 2: Bei Büchern, die in einem Abstand von weniger als 18 Monaten wiederkehrend erscheinen oder deren Inhalt mit dem Erreichen eines bestimmten Datums oder Ereignisses erheblich an Wert verliert, 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.

”

Das Buchpreisbindungsgesetz zwingt Verlage bei Neuerscheinungen eine Preisbindung festzusetzen. Es ist jedoch dem Verleger oder Importeur möglich, Bücher auch wieder ganz aus der Preisbindung

herauszunehmen. Dies darf jedoch grundsätzlich erst nach Ablauf von 18 Monaten nach erstmaligem Erscheinen des Titels geschehen.

In bestimmten Ausnahmefällen, z.B. bei periodisch erscheinenden Büchern, bei schnell veraltenden Publikationen oder bestimmten Ereignisbüchern, kann die Preisbindung auch vor Ablauf von 18 Monaten beendet werden.

Da es sich bei der Preisbindungsaufhebung oder Preisänderung um den *actus contrarius* zur Preisfestsetzung gemäß § 5 Abs. 1 handelt, werden an deren Veröffentlichung die gleichen Voraussetzungen geknüpft. Im Regelfall geschieht die Anzeige über die "Gelben Seiten" des Börsenblatts mit einer Vorlaufsfrist von 14 Tagen.

Frage: Handelt es sich bei dem gebundenen Endpreis um einen Mindestpreis, von denen nach oben abgewichen werden kann?

§ 3 BuchPrG enthält die grundlegende Pflicht zur Einhaltung des gebundenen Preises beim Verkauf von Büchern. Dabei sind die von Verlegern und Importeuren gebundenen Preise keine Mindestpreise, von denen nach oben beliebig abgewichen werden kann, sondern jedem Letztabnehmer gegenüber verbindliche Bruttopreise. Die Preisbindung soll gewährleisten, dass Bücher überall zu gleichen Preisen erhältlich sind.

VI. Ausnahmen der Buchpreisbindung

Frage: Wann greift beim Vertrieb von Büchern die Buchpreisbindung nicht?

Gemäß § 7 I BuchPrG gilt die Buchpreisbindung nicht beim Verkauf von Büchern

- an Verleger oder Importeure von Büchern, Buchhändler oder deren Angestellte und feste Mitarbeiter für deren Eigenbedarf (sog. Kollegenrabatt). Kommanditisten einer KG und Gesellschafter einer GmbH können den genannten Personengruppen im Einzelfall gleichgestellt sein, nicht jedoch die Aktionäre einer Aktiengesellschaft oder Mitglieder bzw. Angestellte einer Einrichtung oder einer Körperschaft, die einen Verlag betreibt. Üblich ist die Führung einer Verkehrsnummer, die von einem buchhändlerischen Verband vergeben worden ist als Voraussetzung für die Gewährung von Kollegenrabatt.
- an Autoren selbständiger Publikationen eines Verlages für deren Eigenbedarf. (Dieses Autorenprivileg bezieht sich jedoch nur auf die Verlagserzeugnisse des das eigene Werk publizierenden Verlags, nicht hingegen auf die dritter Verlage)

- an Lehrer zum Zwecke der Prüfung einer Verwendung im Unterricht. Prüfstücke in diesem Sinne sind einzelne Bücher, die der Lehrer vorab auf ihre Eignung zur Verwendung im Unterricht prüft, nicht jedoch zusätzliche Gratisexemplare, die dem Lehrer nach Aufgabe einer Klassensatzbestellung dazugegeben werden. Die Dreingabe derartiger (Lehrer-)Freiexemplare widerspricht der Preisbindungspflicht und ist daher unzulässig. Lehrer sind Lehrkräfte von Schulen im engeren Sinne, nicht jedoch Hochschullehrer oder sonstige Dozenten.
- die auf Grund einer Beschädigung oder eines sonstigen Fehlers als **Mängelexemplare** gekennzeichnet sind (s.u.).
- 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. Aber Achtung: Die Buchpreisbindung gilt dagegen weiter für Räumungsverkäufe, deren Anlass nicht die Schließung des Buchhandelsunternehmens, sondern die Schließung einer unselbständigen Buchverkaufsstelle ist (vgl. OLG Hamm, Urteil vom 05.06.2012, Az. I-4U 18/12).

Frage: Was gilt nach dem Buchpreisbindungsgesetz als Mängelexemplar?

Mängelexemplare sind solche Produkte, die ursprünglich einwandfreie Verlagserzeugnisse waren, nun aber äußerlich erkennbare Schäden (z. B. abgescheuerter Einband, Beschmutzung durch häufiges Anfassen, Flecken, Transportschäden) aufweisen und deshalb nicht mehr zum regulären Endpreis verkauft werden können. Auch kleinere Beschädigungen können die Einordnung eines Buches als Mängelexemplar rechtfertigen, wenn sie dazu führen, dass das Buch zum Ladenpreis nicht mehr verkäuflich ist. Beim Verkauf von Mängelexemplaren ist der Händler nicht an das BuchPrG gebunden, so dass der Verkauf zu einem günstigeren Preis erlaubt ist.

Unerheblich ist, ob der Mangel beim Druck, beim Verlag, beim Buchhändler oder bei einer Rücksendung eingetreten ist. Der Begriff des Mängelexemplars ist von dem der Remittende zu unterscheiden. Remittierte, d. h. an den Verlag zurückgesandte Bücher können, müssen nicht zwangsläufig Mängelexemplare darstellen.

Allein die Tatsache jedoch, dass der Schnitt der Bücher etwas nachgedunkelt ist, kann noch keinen Mangel begründen (Urteil des LG Darmstadt vom 03.04.2007, Az. 12 O 372/06). Auch Remittenden (das sind von Buchhändlern zurückgesandte Exemplare) sind natürlich nicht automatisch Mängelexemplare! Vielmehr muss es sich auch hier um äußerlich erkennbare Schäden oder Fehler handeln. Von solchen ist keineswegs bei jedem remittierten Buchexemplar auszugehen (so Urteil des LG Darmstadt, Az. 12 O 372/06). Dementsprechend geht auch z.B. das OLG Frankfurt in seiner Entscheidung vom 26.07.2005 - Az. 11 U 8/05 – ohne weiteres davon aus, dass es sich bei Remittenden um verlagsneue Bücher handelt. Auf das Alter des Buchexemplars oder die Aktualität des Titels kommt es somit nicht an.

Gemäß § 7 I Nr. 4 BuchPrG müssen Mängelexemplare ausdrücklich als solche gekennzeichnet sein. Die Regelung soll dazu beitragen, einen missbräuchlich rabattierten Verkauf einwandfreier Ware als

Mängel Exemplare und eine Umgehung der Buchpreisbindung zu verhindern. Die Kennzeichnung erfolgt

- bei Hardcover-Büchern durch Stempelaufdruck „Preisreduziertes Mängel Exemplar“ oder „Mängel Exemplar“ an der Unterschnittkante des jeweiligen Buches;
- bei Taschenbüchern durch den Aufdruck eines auffälligen Stempels, z.B. „M“ (vgl. Franzen/Wallenfels/Russ, a.a.O., S. 125).

Aber Achtung: Der Stempelaufdruck allein begründet keinen Mangel! Vielmehr muss eine tatsächliche Beschädigung oder ein sonstiger Fehler hinzukommen. Selbst „produzierte“ Mängel Exemplare sind ein häufiger Grund für eine Abmahnung!

Unbeschädigte Bücher dürfen nicht als Mängel Exemplare verkauft werden

Unbeschädigte Bücher, die keine Mängel aufweisen, dürfen nicht als solche verkauft werden. Das Oberlandesgericht Frankfurt hat dies in einem Grundsatzurteil (vgl. Urte. v. 26.07.2005, Az: 11 U (Kart) 8/2005) entschieden. In dem Fall waren unbeschädigte Bücher als Mängel Exemplare gekennzeichnet und zum Verkauf angeboten worden. Das OLG entschied, dass allein die Kennzeichnung als Mängel Exemplar, d.h. der entsprechende Stempeldruck, die Buchpreisbindung nicht aufhebt und damit ein Verstoß gegen das BuchPrG vorliegt. Vielmehr muss eine tatsächliche Beschädigung oder ein sonstiger Fehler hinzukommen (vgl. Urteil des LG Darmstadt vom 03.04.2007, Az. 12 O 372/06).

Nach Auffassung des OLG Frankfurt kommt es übrigens gerade nicht darauf an, ob ein Händler selber eine solche Mängel kennzeichnung vorgenommen hat, oder ob er die Bücher bereits mit einer solchen Mängel kennzeichnung erworben hat. Verantwortlich ist immer derjenige, der die Bücher an den Letztabnehmer (zu dem Begriff s.o.) verkauft. Das OLG Frankfurt betonte in der (bereits zitierten) Entscheidung vom 26.07.2005 (Az. 11 U (Kart) 8/2005) ausdrücklich, dass ein Händler, der Mängel Exemplare zum Weiterverkauf erwirbt, für die Richtigkeit der Kennzeichnung als Mängel Exemplar verantwortlich ist. Demnach hat er jedes Buch darauf zu untersuchen, ob es auch tatsächlich äußerlich erkennbare Schäden aufweist.

Nach den Wettbewerbsregeln des Börsenvereins des deutschen Buchhandels darf beim Verkauf von Mängel Exemplaren dem Käufer auch nicht der Eindruck entstehen, es würden gebundene Preise unterschritten; Mängel Exemplare dürfen somit auch nicht eingeschweift verkauft werden.

Frage: Sind bei preisgebundenen Büchern Rabatte möglich?

Ja, aber nur in sehr engen Grenzen. So können gemäß § 7 II BuchPrG beim Verkauf von Büchern

- wissenschaftlichen Bibliotheken, die jedem auf ihrem Gebiet wissenschaftlich Arbeitenden zugänglich sind, bis zu 5 Prozent Nachlass gewährt werden.
- jedermann zugänglichen kommunalen Büchereien, Landesbüchereien und Schülerbüchereien sowie konfessionellen Büchereien und Truppenbüchereien der Bundeswehr und der Bundespolizei bis zu 10 Prozent Nachlass gewährt werden.

Ansonsten müssen die gebundenen Preise beachtet werden, wobei jedoch bestimmte Sonderpreise von vornherein festgelegt sein können (z.B. Mengen- oder Subskriptionspreise).

Zum Hintergrund der Bibliotheksnachlässe

Die Möglichkeit der Bibliotheksnachlässe geht auf kulturpolitische Bestrebungen des Buchhandels zurück, öffentliche Bibliotheken in finanzieller Hinsicht zu unterstützen. Daher ist die allgemeine Zugänglichkeit der Bibliothek auch zentrales Kriterium für eine Nachlassgewährung.

Für jedermann bzw. für jeden wissenschaftlich Arbeitenden zugänglich ist eine Bibliothek nur, wenn sie von ihrer Widmung bzw. Zielsetzung für jedermann nutzbar ist. Es genügt nicht, wenn eine Bibliothek, z. B. eine Amtsbibliothek, Dritten eine Nutzung in Einzelfällen gestattet.

Der Buchhändler ist nicht verpflichtet, Nachlässe zu gewähren. Macht er von dieser Möglichkeit Gebrauch, ist er je nach Art der Bibliothek auf maximal 5 oder 10 Prozent Nachlass beschränkt.

Die unterschiedliche Nachlassregelung für wissenschaftliche Bibliotheken und gewöhnliche Büchereien berücksichtigt, dass Fachliteratur traditionell knapper rabattiert wird als andere. Dies beruht darauf, dass der Einzelpreis wissenschaftlicher Bücher wegen der wesentlich geringeren Auflage regelmäßig deutlich über dem von Werken des belletristischen oder allgemeinen Sortiments liegt.

Frage: Darf ein gewerbs- bzw. geschäftsmäßiger Anbieter preisungebundene Bücher mit preisgebundenen Büchern im Rahmen eines Verkaufs koppeln?

Grundsätzlich darf der Anbieter dem Letztabnehmer preisungebundene Bücher (z.B. Lehrprüfexemplare) gekoppelt mit preisgebundenen Büchern anbieten. Der Anbieter darf im Falle einer solchen Koppelung jedoch die preisungebundenen Bücher nicht unter dem eigenen Anschaffungspreis anbieten, dies würde einen unzulässigen Preisnachlass auf die preisgebundenen Bücher darstellen.

Frage: Ist beim Verkauf eines Buches die Zugabe einer Waren von geringem Wert zulässig?

Gemäß § 7 Abs. 4 Nr. 1 BuchPrG verletzt der Letztverkäufer seine Pflicht nach § 3 BuchPrG nicht, wenn er anlässlich des Verkaufs eines Buches Waren von geringem Wert oder Waren, die im Hinblick auf den Wert des gekauften Buches wirtschaftlich nicht ins Gewicht fallen, abgibt.

Es sind also ausschließlich **Sachprämien** (das Gesetz spricht von "Waren") zulässig, nicht dagegen Geldprämien. Sachprämien dürfen keinen höheren Wert als maximal 2 % vom Umsatz haben, da sie ansonsten zu sehr ins wirtschaftliche Gewicht fallen würden und den Letztabnehmer seine auf den Preis bezogene Kaufentscheidung in relevanter Weise beeinflussen können. Hinsichtlich der Beurteilung des Werts kommt es dabei auf die Sicht der angesprochenen Verbraucher an - der Beschaffungspreis des Händlers spielt dagegen keine Rolle.

Im Sinne von § 7 Absatz 4 Nr. 1 BuchPrG zulässige Sachprämie

- sind etwa geringwertige Reklamegegenstände, wie z. B. Luftballons, Kugelschreiber oder Bonbons.
- ist auch die Verwendung von Kundenbindungssystemen im Buchhandel in Form einer Sachprämie, soweit sie im Hinblick auf den Wert des gekauften Buches wirtschaftlich nicht ins Gewicht fällt.

Auch etwa die Bereitstellung von Geschenkpapier, die Übergabe eines Werbemagazins, die fachliche Beratung des Kunden, das Bibliographieren oder Ausdrucken von Literaturzusammenstellungen. die Bereitstellung von Geschenkpapier wäre zulässig (vgl. § 7 Abs. IV Nr. 4 BuchPrG).

Frage: Darf der Online-Händler die Versandkosten (Hinsendekosten) übernehmen?

Ja, § 7 Abs. 4 Nr. 3 BuchPrG erlaubt die Übernahme der Kosten beim Versand von Büchern, mit dem der Versand- und Internetbuchhandel im Servicewettbewerb mit dem stationären Sortiment das Fehlen persönlicher Kaufberatung auszugleichen sucht, und die Übernahme auch außergewöhnlicher Beschaffungskosten (z. B. bei Eilbestellungen oder Bestellungen aus dem Ausland).

VII. Kundenbindungssysteme: Bonusprogramme, Gutscheine, Prämien etc.

Vorab: Es gibt keine gesetzliche Vorschrift, die Letztverkäufern preisgebundener Bücher generell oder unter bestimmten Voraussetzungen finanzielle Aufwendungen für Werbemaßnahmen oder für Verkaufsförderungsmaßnahmen unter Einschaltung Dritter untersagt. Insbesondere bestimmte das BuchPrG nicht, **wer** den gebundenen Ladenpreis zu zahlen hat.

Es gibt jedoch das Gebot, bei dem Verkauf preisgebundener Bücher an Letztabnehmer den festgesetzten Preis einzuhalten, mithin das Verbot, dem Letztabnehmer Preisnachlässe oder Rabatte zu gewähren (§ 3 Satz 1 BuchPrG), wenn nicht die in § 7 BuchPrG aufgeführten Ausnahmevorschriften greifen.

Im Einzelnen:

Frage: Sind Geldprämien / Preisnachlässe beim Verkauf von Büchern zulässig?

Das Buchpreisbindungsgesetz schaltet den Preiswettbewerb zwischen Buchhändlern auf der Ebene des Verkaufs an Letztabnehmer aus um zu gewährleisten, dass der Letztabnehmer Bücher überall zum gleichen Preis erhält, und zwar sowohl im stationären Buchhandel als auch im Fernabsatzgeschäft (vgl. BT-Drucksache 14/9196, Seite 10, zu § 3). Das Verbot des Preiswettbewerbs zwischen den Einzelhändlern schließt dabei ein, dass Geldprämien in Zusammenhang mit dem Verkauf von Büchern an Letztverbraucher grundsätzlich nicht gewährt werden dürfen (vgl. § 7 IV Nr. 1, wo nur von "Waren" im Sinne von möglichen Zugaben die Rede ist).

Auch besondere Rabattaktionen sind in der Regel unzulässig. So urteilte beispielsweise das Landgericht Berlin, dass es gegen die Buchpreisbindung verstieße, wenn beim Verkauf von preisgebundenen Reiseführern einen Rabatt von 10% des Buchpreises für den Fall gewährt wird, dass der Käufer einen Reisebericht einreicht. Durch den Erhalt der Reiseberichte fließe dem Buchhändler keine entsprechende Gegenleistung für den gebundenen Buchpreis zu (LG Berlin, Beschl. v. 31.07.2019, Az. 102 O 52/19).

Preisnachlässe (Rabatte) lässt das Buchpreisbindungsgesetz lediglich in Ausnahmefällen des Bücherverkaufs an wissenschaftliche Bibliotheken und sonstige Büchereien nach § 7 Abs. 2 und bei Schulbuch-Sammelbestellungen nach § 7 Abs. 3 zu. Hieraus folgt im Umkehrschluss, dass die Gewährung von Nachlässen im Übrigen unzulässig ist (vgl. dazu auch BGH, Urteil vom 24.06.2003 - KZR 32/02 - Umdruck S. 11).

Frage: Sind Sachprämien beim Verkauf von Büchern zulässig?

Gemäß § 3 BuchPrG dürfen beim gewerbs- oder geschäftsmäßigen Verkäufen preisgebundener Bücher an Letztabnehmer nicht zu einem anderen, als dem gebundenen Ladenpreis verkauft werden.

Es liegt zudem nicht nur ein Verstoß gegen das BuchPrG für den Fall vor, dass ein Händler ein preisgebundenes Buch zu einem anderen als dem nach dem BuchPrG zu berechnenden Preis abgibt; vielmehr werden die Bestimmungen des BuchPrG auch dann verletzt, wenn für das preisgebundene Buch zwar der korrekte Preis angesetzt wird, dem Kunden aber gekoppelt mit dem Erwerb des Buches Vorteile gewährt werden, die den Erwerb für ihn wirtschaftlich günstiger erscheinen lassen (vgl. hierzu LG Berlin, Beschl. v. 19.02.2019, Az. 102 O 13/19).

Ausnahme: Gemäß § 7 Abs. 4 Nr. 1 BuchPrG verletzt der Letztverkäufer seine Pflicht nach § 3 BuchPrG dann nicht, wenn er anlässlich des Verkaufs eines Buches Waren von geringem Wert oder Waren, die im Hinblick auf den Wert des gekauften Buches wirtschaftlich nicht ins Gewicht fallen, abgibt. Aus dieser Ausnahmevorschrift ist die gesetzgeberische Wertung zu entnehmen, der durch die Buchpreisbindung zu unterbindende Preiswettbewerb könne nur durch solche, dem Letztabnehmer zugutekommenden Vorteile betroffen sein, die wirtschaftlich so erheblich sind, dass sie seine auf den Preis bezogene Kaufentscheidung in relevanter Weise beeinflussen können.

Ein Paketpreis von 149 Euro, in dem ein Bücherpaket mit 10 Preisgebundenen Büchern (Gesamtwert 138 Euro) inklusive eines Kindle-Reader angeboten wurde, verstieß hier nach Auffassung des Landgerichts Berlin gegen die Buchpreisbindung, da die Zugabe die Schwelle der Geringwertigkeit deutlich überschreite (LG Berlin, Beschl. v. 19.02.2019, Az. 102 O 13/19).

Frage: Sind Bonusprogramme beim Verkauf von Büchern zulässig?

Dies ist eine Frage des Einzelfalls:

Eine Umgehung der Buchpreisbindung ist unzulässig, die darin liegt, dass der Kaufpreis zwar zunächst in Höhe des gemäß § 5 BuchPrG festgesetzten Endpreises vereinnahmt wird, dem Letztabnehmer nach einer wirtschaftlichen Gesamtbetrachtung (vgl. dazu BGH, GRUR 2016, 298 Rn. 12 - Gutscheinaktion beim Buchankauf) aber ganz oder teilweise wieder zurückerstattet wird oder ihm gekoppelt mit dem Erwerb des preisgebundenen Erzeugnisses Vorteile gewährt werden, die den Erwerb für ihn wirtschaftlich günstiger erscheinen lassen. In diesen Fällen hat der Verkäufer den Endpreis zwar zunächst erhalten, im wirtschaftlichen Ergebnis aber nicht im Sinne von § 3 Satz 1 BuchPrG "eingehalten".

Mit anderen Worten: Wer dem Endabnehmer Geldvorteile – bezogen auf den Buchpreis – gewährt, verstößt gegen § 3 BuchPrG. Insbesondere Förderprogramme, die einen Preisnachlass direkt beim Kauf ermöglichen sollen, werden hierdurch zum juristischen Problem .

Zulässig:

- Laut OLG Frankfurt ist es möglich, Bonuspunkte beim Verkauf preisgebundener Bücher auszugeben, sofern diese beim Erreichen einer bestimmten Punktzahl nur für nicht der Preisbindung unterliegende vorbestimmte Prämien (z.B. Musik-CDs) eingelöst werden können (vgl. Franzen/Wallenfels/Russ, S. 68). Auch hierbei darf die bereits erwähnte „Schwelle der Geringwertigkeit“ (also 2 % des Buchpreises) nicht überschritten werden (vgl. OLG Frankfurt, Urt. v. 20.07.2004, Az. 11 U 2/04).
- Denkbar wäre auch die Einlösung von Bonuspunkten, die der Kunde durch Geschäfte mit Dritten erworben hat, sofern der Dritte dem Buchhändler den Gegenwert der ausgegebenen Bonuspunkte auch tatsächlich sofort erstattet (vgl. hierzu OLG Frankfurt a.M., Urt. v. 20.10.2005, Az. 6 U 201/04).

Unzulässig:

- Sogenannte „Bonusmeilen“ beim Kauf preisgebundener Bücher bei Kunden anzurechnen, die diese Bonusmeilen bei dem Händler im Zusammenhang mit dem Kauf von preisgebundenen Büchern erworben haben (OLG Frankfurt, Urt. v. 20.07.2004, Az. 11 U 2/04).
- Die Ausgabe von Bonuspunkten, die vom Kunden wie ein Zahlungsmittel beim Kauf anderer Waren eingesetzt werden können, also der Verrechnung dienen (vgl. Franzen/Wallenfels/Russ, S. 68).
- Payback-Systeme, die es dem Kunden ermöglichen, Bonus-Punkte in Geld umzutauschen.
- Förderprogramme, bei denen ein Teil des Buchpreises von einem Sponsor übernommen wird: Da der Kunde sofort beim Kauf einen Preisnachlass erhielt, umgeht dieses Modell die vom BuchPrG bezweckte Hemmung des Wettbewerbs und ist daher unzulässig (vgl. LG Hamburg, Urt. v. 08.06.2011, Az. 315 O 182/11)

Frage: Ist die Vergabe von Gutscheinen mit der Buchpreisbindung vereinbar?

Im Hinblick auf die vom Buchpreisbindungsgesetz bezweckte Regulierung des Preiswettbewerbs im Buchhandel ist Bezugspunkt für die Prüfung eines Verstoßes gegen die Buchpreisbindung, ob das Vermögen des Buchhändlers beim Verkauf neuer Bücher in Höhe des gebundenen Preises vermehrt wird (BGH, GRUR 2016, 298 Rn. 22 - Gutscheinaktion beim Buchankauf).

Im Hinblick auf Gutscheine werden folgende Fallkonstellationen unterschieden:

1. Fall: Verkauf von vorab bezahlten Buchgutscheinen

Dies ist unproblematisch. Es kommt gemäß § 3 BuchPrG nur darauf an, dass der Händler beim Verkauf eines Buches an den Letztabnehmer den nach § 5 BuchPrG festgesetzten Preis erhält. Dagegen bestimmt das BuchPrG nicht, wer den gebundenen Ladenpreis zu zahlen hat.

Beim Buchgutschein erhält der Buchhändler den gebundenen Ladenpreis bereits beim Kauf des Gutscheins in voller Höhe bzw. beim Einlösen des Gutscheins wird der gebundene Buchpreis vollständig berechnet. Ein Nachlass ist mit dem Erwerb eines Gutscheins und dessen Verrechnung gerade nicht verbunden. Der Inhaber des Gutscheins kann ein bestimmtes Buch kaufen oder den Wert des Gutscheines auf ein anderes Produkt oder Buch anrechnen lassen.

Unzulässig ist es allerdings wiederum, wenn der ausstellende Händler gegen Zahlung einer bestimmten Summe einen Gutschein mit einem höheren Nennbetrag ausstellt. Hierin ist ein unzulässiger Rabatt zu sehen, der gegen § 3 BuchPrG verstößt.

2. Fall: Ausgabe eines Gutscheins, der gegen Ware eingetauscht werden kann

Zulässig ist die Ausgabe von Gutscheinen, die gegen Waren **unterhalb der Geringfügigkeitsgrenze** (maximal 2 % des Buchpreises) eingetauscht werden könnten (ähnlich wie beim Bonusprogramm, s.o.).

3. Fall: Kunde erhält Einkaufsgutschein, der auch für Bücher gilt

Hier liegt ein Verstoß gegen die Buchpreisbindung vor. Die in Form eines Einkaufsgutscheins gewährte Vergünstigung stellt sich nach Auffassung des Bundesgerichtshofs der Sache nach als ein Preisnachlass beim Wareneinkauf dar (BGH GRUR 2003, 1057 – Einkaufsgutschein I). Daraus wird gefolgert, dass die Gewährung eines Gutscheins über einen bestimmten Geldbetrag, der beim Kauf auf den Kaufpreis angerechnet wird, einen vorweggenommenen Preisnachlass auf den noch vorzunehmenden Einkauf darstellt. Der Buchhändler erhält also in diesem Fall für den Verkauf neuer Bücher im Ergebnis ein geringeres Entgelt als den gebundenen Preis. Dass solche Gutscheine auch anderweitig eingesetzt werden, ändert nichts an einem Verstoß gegen die Preisbindung, falls sie für den Kauf preisgebundener Bücher verwendet werden. Im wirtschaftlichen Ergebnis wird in einem solchen Fall der Nachlass nicht auf die preisbindungsfreie, sondern auf die preisgebundene Ware gewährt.

(Tipp: Hier könnten sich Händler dadurch behelfen, indem sie eine Verwendung der Gutscheine für den

Erwerb preisgebundener Bücher ausschließen.)

Startgutscheine für Bücher

Das OLG Frankfurt entschied durch Urteil vom 20.07.2004 (Az. 11 U (Kart) 15/04), dass ein unzulässiger Preisnachlass nicht nur gewährt wird, wenn das Buch zu einem niedrigeren als dem festgesetzten Preis verkauft wird. Auch die Aushändigung von Gutscheinen könne bereits einen Verstoß gegen das Buchpreisbindungsgesetz darstellen (im konkreten Fall ging es um den Anbieter Amazon, dem die Gewährung der berühmten „Startgutscheine“ im Wert von 5 € untersagt wurde). Das Gericht argumentierte, dass es keinen Unterschied darstelle, ob der Händler dem Käufer einen niedrigeren als dem gebundenen Preis berechnet oder vom gebundenen Festpreis einen Gutscheinbetrag abzieht, den der Händler vorher an den Käufer ausgegeben hat.

4. Fall: Kunde erhält beim Erstkauf Wertgutschein bzw. Preisnachlass-Coupon, der beim Zweitkauf eingelöst werden kann

Anders als bei Fall 2 (vgl. oben) ist die vorliegende Konstellation zu beurteilen, in welcher der Wertgutschein wegen eines Erstkaufes und in Bezug auf diesen, sei es in Form eines prozentualen Betrages des beim Erstkauf gezahlten Kaufpreis oder eines absoluten Betrages, ausgehändigt wird, der beim Zweitkauf eingelöst werden kann. Mit dieser Fallkonstellation hatte sich das OLG Stuttgart zu beschäftigen.

Der zugrundelegende Fall ist schnell erklärt: Eine Drogeriekette gewährte ihren Kunden beim Einkauf von preisbindungsfreien Artikeln einen Rabatt, der jedoch nicht direkt vom Einkaufspreis abgezogen, sondern in Form von Gutscheinen (jeweils in Höhe eines absoluten €-Betrages) erstattet wurde. Diese konnten für das gesamte Sortiment der Kette – einschließlich Büchern – eingelöst werden.

Das OLG Stuttgart gab diesem Modell grünes Licht (vgl. Urt. v. 11.11.2010, Az. 2 U 31/10): Die ausgegebenen Gutscheine stellen einen nachträglich gewährten Rabatt auf den Erstkauf dar; solange hier keine Bücher erworben wurden, gerät diese Praxis nicht mit dem BuchPrG in Konflikt. Da der wirtschaftliche Vorteil hierbei vom Umsatz beim Erstkauf abhängt und dem Kunden auch nur einmal zufließt (nämlich beim Zweitkauf), könne hier nicht von einem unzulässigen Rabatt auf preisgebundene Bücher ausgegangen werden.

Achtung: Ausdrücklich zu beachten ist bei solchen Rabattaktionen jedoch, dass eventuell beim Erstkauf erworbene Bücher bei der Berechnung des Rabattes nicht berücksichtigt werden dürfen – ansonsten kann ein gesetzwidriger Rabatt auf ein Buch vorliegen, und zwar selbst dann, wenn im Zweitkauf gerade kein Buch gekauft wird.

5. Fall: Dritte stellen Gutscheine aus

Noch verwickelter wird die Sachlage, wenn ein Dritter den Kaufpreis ganz oder teilweise trägt. Das Gesetz schreibt zwar vor, dass der gebundene Buchpreis an den Händler gezahlt werden muss, enthält allerdings keine Aussage dazu, wer den Kaufpreis zu tragen hat.

Konkret tritt eine Schwierigkeit dann auf, wenn ein Dritter (z.B. ein Online-Bezahlsystem) für die Inanspruchnahme von Dienstleistungen oder die bloße Registrierung auf der Unternehmensseite einen Gutschein auslobt. Für den Gutscheinempfänger stellt sich die Einlösung eines solchen Gutscheins als reinen Nachlass auf den gebundenen Buchpreis dar. Zudem wird einem Außenstehenden nicht ersichtlich, wie die Kaufpreisübernahme finanziert wird.

Ein Verstoß gegen § 3 BuchPrG liegt nach Ansicht des BGH auf jeden Fall dann vor, wenn der Buchhändler vom Gutscheingeber nicht „sofort“ nach Einreichung des Gutscheins den tatsächlichen Nennbetrag pro eingelöstem Gutschein ausgezahlt erhält (vgl. Ur. des BGH, in NJW 2003, 2525f.). Nach Ansicht des LG Berlin ist generell das Einlösen von Gutscheinen, die von Dritten ausgestellt wurden, mit einer Umgehung der Buchpreisbindung verbunden und daher rechtswidrig (vgl. LG Berlin, Beschl. v. 14.12.2011, Az. 102 O 165/11). Ein Verstoß gegen das BuchPrG liegt wohl auch dann vor, wenn die Forderungen des Händlers aus den Gutscheinen mit einer Gegenforderung für die Zurverfügungstellung von Werbeflächen auf Verpackungen durch den Hersteller verrechnet werden, ohne dass der Wert der Gegenleistung schlüssig dargelegt werden kann (Franzen/Wallenfels/Russ, § 3 Rn. 24).

6 Fall: Gutscheinaktion beim Buchankauf

Ein neuer Trend sind die sog. „Trade-in-Geschäfte“, womit hier Folgendes gemeint ist: Über das durch einen Händler angebotene "Trade-in-Programm" können Kunden gebrauchte Bücher an diesen Händler verkaufen. Die Kunden erhalten dafür einen Wertgutschein, der ihrem Kundenkonto gutgeschrieben wird und mit dem sie beliebige Waren (auch preisgebundene Bücher) aus dem Sortiment des Händlers kaufen können.

Der BGH ist der Ansicht, dass die Einlösung der bei diesen Trade-in-Geschäften ausgegebenen Bonus-Gutscheine gegen §§ 3, 5 BuchPrG verstoßen kann (BGH, Urteil vom 23.07.2015, Az. I ZR 83/14). So seien im vom BGH zu beurteilenden Fall die beanstandeten Bonus-Gutscheine - jedenfalls zum Teil - durch eigene Aufwendungen des Händlers finanziert, so dass der Kunde bei ihrem späteren Einsatz zum Kauf preisgebundener Bücher im wirtschaftlichen Ergebnis einen unzulässigen Rabatt auf den gebundenen Preis erhalte.

Frage: Dürfen Bücher im Rahmen von Gewinnspielen ausgelobt werden?

Ja, grundsätzlich schon. § 3 BuchPrG stellt nur auf das gewerbs- oder geschäftsmäßige Verkaufen von Büchern ab. Das Verschenken von Büchern ist dagegen zulässig. Unzulässig ist dagegen das Versprechen einer Gewinnchance beim Kauf eines Buches, wenn die in Aussicht gestellten Gewinne einen materiellen Wert haben (Wallenfels/Russ, Kommentar zum Buchpreisbindungsgesetz, 7. Auflage, § 7 Rn. 28).

VIII. Abmahnungen

Frage: Ist der Verstoß gegen das Buchpreisbindungsgesetz abmahnbar?

Ein Verstoß gegen das BuchPrG kann abgemahnt werden. Nach § 9 BuchPrG bestehen gegenüber demjenigen, der gegen das BuchPrG verstößt, sowohl Unterlassungs- als auch Schadensersatzansprüche. Bei der Abmahnung handelt es sich um eine im Wettbewerbsrecht entwickelte besondere Form der außergerichtlichen Durchsetzung von Unterlassungsansprüchen, die eben auch bei Verstößen gegen das BuchPrG angewendet werden kann.

Frage: Welche Streitwerte werden hierbei angenommen?

Der z.B. vom LG Wiesbaden regelmäßig festgesetzte Gegenstandswert bei Streitigkeiten rund um die Buchpreisbindung liegt bei EUR 25.000,- (vgl. LG Wiesbaden, Beschl. v. 14.06.2004, Az. 13 O 48/04).

Frage: Wie hoch darf der Aufwendungsersatz eines abmahnenden Rechtsanwalts ausfallen?

Mit Urteil vom 08.12.2009 hat das OLG Frankfurt dem Grunde nach die Berufung gegen eine Entscheidung des LG Frankfurt zurückgewiesen, mit der einem Rechtsanwalt als Buchpreisbindungstrehänder Abmahnkosten zugesprochen wurden.

Geklagt hatte ein Rechtsanwalt, der von Buchverlagen mit der Betreuung ihrer Preisbindung beauftragt worden war. Das OLG stellt fest, dass der Beklagte gegen die Preisbindung verstoßen habe, weil er geschäftsmäßig neue Bücher an Letztabnehmer verkauft hatte, ohne den festgesetzten Preis einzuhalten. Die Feststellung geschäftsmäßigen Handelns des Beklagten war gerechtfertigt, weil dieser im relevanten Zeitraum insgesamt 39 Angebote bei Amazon eingestellt hatte, was im privaten Verkehr unüblich sei.

Abgeändert hat das Oberlandesgericht jedoch das vorausgehende Urteil des Landgerichts hinsichtlich der Höhe der geltend gemachten Abmahnkosten. Während das Landgericht den von dem klagenden Rechtsanwalt verlangten Aufwendungsersatz in Höhe einer Geschäftsgebühr nach RVG – nämlich rund

1.100 Euro – zugesprochen hatte, begrenzte das OLG die Abmahnkosten auf eine Aufwandspauschale von 203,- Euro.

Das Landgericht Wuppertal urteilte jüngst, dass für die Berechnung eines Aufwendungsersatzanspruches des Preisbindungstreuhanders grundsätzlich auf die Gebührentabelle des RVG abgestellt werden kann. Allerdings wies das Landgericht in seinem Urteil darauf hin, dass bei der Festsetzung der Streitwerte stärker differenziert werden müsse, um die Kostenlast insbesondere kleinerer Buchhändler durch Abmahnung nicht ungebührlich hoch erscheinen zu lassen. Das Landgericht setzte den Gegenstandswert bei nur einem verkauften Buch auf lediglich 1.000 Euro an (LG Wuppertal, Ur. v. 09.08.2019).

Frage: Taugt das Argument es sei aufgrund häufiger Buchpreisänderungen nicht möglich, über aktuelle Preise informiert zu sein?

Nein, so ist es etwa nach Ansicht des OLG Frankfurt Sache desjenigen, der Bücher gewerbsmäßig anbietet, sich über die maßgeblichen gebundenen Preise zu informieren (vgl. Beschl. v. 11.04.2006, Az. 11 W 9/06). Korrespondierend dazu seien Verleger und Importeure ja auch verpflichtet, die festgesetzten Preise und Preisänderungen in geeigneter Weise zu veröffentlichen. Es müsse sichergestellt sein, dass alle von den Verlagen belieferten Händler über den jeweils geltenden Preis informiert sind und sich die erforderlichen Informationen verschaffen können. Hierfür kämen branchentypische Datenbanken oder Mitteilungsorgane in Betracht. Entscheidend sei demnach, dass jeder Händler über die festgesetzten Preise unterrichtet sei und seinen Kunden die Ladenpreise zuverlässig nennen könne (Franzen/Wallenfels/Russ, § 5 Rn. 1). Im Hinblick auf die grundsätzlich vorhandenen Informationsmöglichkeiten und einen entsprechenden Informationsanspruch kann sich der Schuldner also nicht auf Unkenntnis der maßgeblichen Preise berufen (vgl. auch Teil III).

Frage: Wer ist aufgrund von Verstößen gegen das Buchpreisbindungsgesetz zu Abmahnungen berechtigt?

Geltend gemacht werden können die Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche von

- Gewerbetreibenden, die Bücher vertreiben,
- 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,

- 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). Preisbindungstreuhänder sind jedoch nicht auf die Vertretung preisbindungsrechtlicher Interessen von Verlagen beschränkt. Sowohl das OLG Frankfurt als auch das Kammergericht Berlin entschieden diesbezüglich, dass, auch Buchhändler Preisbindungstreuhänder bestellen können (OLG Frankfurt, Urt. v. 08.12.2009, Az. 11 U 72/07; KG Berlin, Urt. v. 08.01.2019, Az. 5 U 186/17)
- 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.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt