

An der Ringkirche 6-8  
65197 Wiesbaden

Telefon 06 11 / 44 90 91  
Telefax 06 11 / 4 84 51  
E-Mail info@fwb-wallenfels.de

Postbank Frankfurt am Main  
Kto.-Nr. 84 56-609  
BLZ 500 100 60

Wiesbaden, 23.08.2010

## Arbeitsbericht 2010

### Bitte der Verlagsleitung vorlegen!

An unsere Auftraggeber-Verlage

Sehr geehrte Damen und Herren,

seit 1966 erstatten wir als Ihre Preisbindungstreuhandler regelmäßige Arbeitsberichte.  
Dieses ist unser 55. Arbeitsbericht.

#### **Inhalt:**

<b>I.</b>	<b>DIE LAGE</b> .....	<b>2</b>
1.	WEITSICHTIGE REGELUNG: DAS BUCHPREISBINDUNGSGESETZ .....	2
2.	AUSGLEICH ZWISCHEN DEN SPARTEN .....	3
3.	DIE TÄTIGKEIT DER PREISBINDUNGSTREUHÄNDER .....	4
<b>II.</b>	<b>PREISBINDUNG FÜR E-BOOKS</b> .....	<b>5</b>
<b>III.</b>	<b>DAS VLB ALS REFERENZDATENBANK</b> .....	<b>7</b>
<b>IV.</b>	<b>GÜTLICHE EINIGUNG MIT AMAZON</b> .....	<b>9</b>
<b>V.</b>	<b>GUTSCHEINE, GEWINNSPIELE, KUNDENBINDUNG</b> .....	<b>10</b>
1.	GEFAHR FÜR DIE GLAUBWÜRDIGKEIT DER PREISBINDUNG .....	10
2.	GERICHTLICHE KLÄRUNG GRUNDSÄTZLICHER FRAGEN .....	11
3.	TEILNAHME AN EINEM GEWINNSPIEL MIT ABNAHMEVERPFLICHTUNG .....	13
<b>VI.</b>	<b>SCHULBUCH/LEHRERPRÜFSTÜCKE/FÖRDER- UND ELTERNVEREINE</b> .....	<b>14</b>
1.	URTEIL GEGEN DIE STADT NÜRNBERG WEGEN FEHLERHAFTER AUFTRAGSVERGABE .....	14
2.	FEHLERHAFTES AUSSCHREIBEN IM SCHULBUCHGESCHÄFT .....	15
<b>VII.</b>	<b>EINZELFRAGEN AUS DER PRAXIS</b> .....	<b>16</b>
1.	REMISSIONEN, MÄNGELEXEMPLARE .....	16
2.	MUSIKNOTEN .....	16
3.	WERBUNG MIT WOHLTÄTIGKEIT .....	17
4.	INZAHLUNGNAHME GEBRAUCHTER BÜCHER .....	17
5.	RÄUMUNGSVERKÄUFE .....	18
6.	BÜCHEREI-LEKTORATSDIENSTE .....	18
<b>VIII.</b>	<b>PREISBINDUNG IN ÖSTERREICH</b> .....	<b>18</b>
<b>XI.</b>	<b>PREISBINDUNG IN DER SCHWEIZ</b> .....	<b>19</b>
<b>X.</b>	<b>HONORAR</b> .....	<b>20</b>

## **I. Die Lage**

Trotz des **Strukturwandels im Buchhandel** und des Vordrängens elektronischer Medien in die Welt des Buches hat die Buchpreisbindung an Bedeutung nicht verloren. Das hat mehrere Gründe: Ganz entscheidend ist **der fortbestehende Konsens aller Branchenteilnehmer**, dass die Buchpreisbindung nach wie vor die Grundlage eines im Gegensatz zu Ländern ohne Preisbindung gut funktionierenden Buchmarktes ist, der trotz veränderter Vertriebsstrukturen noch immer mittelständisch geprägt ist. Nach wie vor wird in der Öffentlichkeit wahrgenommen, dass sich der deutsche Buchhandel nicht nur an kommerziellen Interessen orientiert, sondern eine wichtige kulturpolitische Aufgabe erfüllt. Er erfreut sich deshalb unveränderter Sympathie der Politik. Freundschaftliche Ermahnungen, dies nicht zu vernachlässigen, sollten allerdings nicht überhört werden, so die des Bundestagspräsidenten *Norbert Lammert* in einer Grußbotschaft zum 185. jährigen Jubiläum des Börsenvereins:

„Die Privilegien, die der Buchhandel heute genießt (Buchpreisbindung und Mehrwertsteuerermäßigung), gelten allein dem Kulturgut und nicht der Ware Buch. Es liegt daher auch zukünftig vor allem bei der Branche selbst, den Versuchungen ökonomischer Kalküle zu widerstehen und mit einem angemessenen Sortiment dem gedruckten Buch seinen Rang als herausragender Kulturträger unserer Zivilisation zu sichern – und damit die Rechtfertigung für die Aufrechterhaltung einer notwendigen Sonderregelung.“

Auch nach Auffassung der CDU/CSU sei die Buchpreisbindung, für deren Erhalt sich die Parteien immer erfolgreich eingesetzt haben und weiter einsetzen werden, Garant für die **Stabilität der Branche**. So der kultur- und medienpolitische Sprecher der Fraktion *Wolfgang Börnsen* in einer Pressemitteilung im Januar. Es komme aber darauf an, vor allem die kleineren Verlage und Buchhandlungen verstärkt zu fördern.

### **1. Weitsichtige Regelung: Das Buchpreisbindungsgesetz**

Das vor acht Jahren unter Zeitdruck entstandene Gesetz über die Buchpreisbindung hat sich als **praktikables und zukunftsorientiertes Instrument** zur Regelung und Durchsetzung der Preisbindung bewährt. So hat sich das Gesetz als ausgesprochen weitsichtig im Hinblick auf die **Preisbindung für elektronische Produkte** erwiesen.

Der Bundesgerichtshof hatte schon 1997 entschieden, der Begriff „preisgebundene Verlagserzeugnisse“ sei nicht auf Produkte aus gedrucktem Papier beschränkt, sondern offen für neue technische Entwicklungen; erfasst seien auch neuartige Produkte, wenn und soweit durch sie herkömmliche Verlagserzeugnisse substituiert würden. Der Gesetzgeber hat dies als sachgerechte Fortschreibung der Preisbindung für Verlagserzeugnisse auf dem Terrain der elektronischen Kommunikationstechnologie gewertet und in § 2 Absatz 1 Ziffer 3 Buchpreisbindungsgesetz kodifiziert. E-Books unterliegen daher kraft Gesetzes der Buchpreisbindung. Damit ist die rechtliche Lage in Deutschland weit besser als etwa in Frankreich oder den Niederlanden, wo nun versucht werden muss, durch eine nachträgliche Gesetzesänderung E-Books in die Preisbindung mit einzubeziehen.

Auch in der **Kommentierung des österreichischen Buchpreisbindungsgesetzes**, das für deutschsprachige Bücher ohne nähere Spezifizierung und Musikalien gilt, wird unter Hinweis auf die deutsche Regelung ohne Weiteres und unwidersprochen davon ausgegangen, dass E-Books weitere Ausgaben eines Buchtitels sind, somit auch der Preisbindung unterliegen (*Tonninger*, Buchpreisbindung Österreich, § 1 Rn. 10).

## **2. Ausgleich zwischen den Sparten**

Vor dem Hintergrund zunehmender Marktmacht von Buchhandelsketten und Online-Händlern ist es zudem von erheblicher Bedeutung, dass der Gesetzgeber sich nicht auf die Regulierung des Ladenpreises für Letztverbraucher beschränkt hat, sondern Regeln für die **Gestaltung von Konditionen** im Verhältnis zwischen Verlag und Handel aufgestellt hat. Er fordert, dass kleinen und mittleren serviceorientierten Buchhandlungen angemessene und nicht allein am Umsatz orientierte Konditionen zu gewähren sind (§ 6 Absatz 1 BuchPrG).

Ob diese Forderung umgesetzt wird, ist offenbar auch für das Bundeskartellamt von Interesse: Dessen sechste Beschlussabteilung hat sich im Juli an Firmen aller Sparten des Buchhandels gewandt und Telefoninterviews angekündigt, bei denen sich das Amt über die **Wettbewerbsverhältnisse auf dem Buchmarkt** informieren will. Angesprochen wurden die Konzentrationstendenzen auf dem Markt und das mögliche

Vorhandensein „unkontrollierter Verhaltensspielräume“. Nach dem Inkrafttreten des Buchpreisbindungsgesetzes war die dem Amt bis dahin obliegende **Missbrauchsaufsicht** über die Preisbindung für Bücher entfallen. Die Behörde befasste sich letztmals im Jahre 2008 in Verbindung mit der Fusion von *Hugendubel* mit *Weltbild* und der Übernahme von *Karstadt*-Buchabteilungen durch die DBH-Holdinggesellschaft mit der Struktur des Buchmarktes, auch mit den unterschiedlichen Bezugsbedingungen (Arbeitsbericht 2008 vom 25. August 2008, Seite 15 f.). Es ist nicht ernstlich zu bestreiten ist, dass rein am Umsatz orientierte hohe Rabatte die Konzentration fördern. Daher ist es wichtig, dass das Amt bei seiner Befragungsaktion den Eindruck gewinnt, dass die Verlage, wie vom Gesetzgeber verlangt, den kleinen und mittleren Buchhändlern besondere Aufmerksamkeit widmen und diese auskömmlich rabattieren, den Konzentrationstendenzen also nicht noch durch unverhältnismäßig günstige Konditionen für besonders umsatzstarke Händler Vorschub leisten.

### **3. Die Tätigkeit der Preisbindungstreuhänder**

Als sinnvolles und praktikables Instrument hat sich auch die Regelung in § 9 Absatz 2 Nr. 3 BuchPrG erwiesen, wonach Ansprüche auf Unterlassung von Preisbindungsverstößen durch Preisbindungstreuhänder von Verlagen und Vertriebsfirmen im eigenen Namen verfolgt werden können. Als Preisbindungsbevollmächtigte des Sortiments nimmt Frau RAin **Birgit Menche**, Frankfurt, diese Aufgabe wahr, wird also tätig, wenn es sich um Preisbindungsverstöße von Verlagen handelt. Für die preisbindenden Verlage haben wir die Aufgabe übernommen, können somit aufgrund uns **vom Gesetz eingeräumter Aktivlegitimation** im eigenen Namen Preisbindungsverstöße verfolgen. Das ermöglicht ein rasches Eingreifen, ohne zuvor um die Erteilung eines Mandats mit einer entsprechenden Vollmacht nachzusuchen. Es ist den Verlagen in der Regel auch lieber, nicht selbst bei Abmahnungen von Händlerkunden in Erscheinung zu treten. Unser Hinweis, dass wir entsprechend der gesetzlichen Legitimation als Preisbindungstreuhänder vieler Verlage handeln, macht deutlich, dass es nicht nur um den jeweiligen Einzelfall geht, sondern das **System der Preisbindung für Bücher insgesamt** verteidigt wird. Zumeist erhalten wir Hinweise auf Preisbindungsverstöße von

Wettbewerbern aus dem Buchhandel, vom Börsenverein und seinen Landesverbänden, aber auch von Kunden des Buchhandels, denen Unterpreisverkäufe auffallen. Wenn die uns vorliegenden Beweismittel kein eindeutiges Bild ergeben, schreiben wir die betreffenden Firmen an und geben ihnen Gelegenheit zur Stellungnahme, bevor weitere Schritte eingeleitet werden. Bei eindeutiger Beweislage mahnen wir ohne Weiteres ab und verlangen eine vertragsstrafengesicherte Unterlassungserklärung. Sollte diese nicht fristgerecht eingehen, was selten geschieht, beantragen wir den Erlass einer einstweiligen Verfügung. In Fällen, die eine gerichtliche Klärung grundsätzlich wichtiger Rechtsfragen erfordern, erheben wir Klage vor dem zuständigen Landgericht. In sämtlichen Abmahn- und Klagefällen unterrichten wir die betroffenen Verlage und den Landesverband des Börsenvereins, in dessen Bereich der Preisbindungsverstoß sich abgespielt hat. Jeder uns gemeldete Fall wird überprüft und bei Vorliegen eines Verstoßes verfolgt.

## **II. Preisbindung für E-Books**

Mittlerweile besteht ein **breiter Branchenkonsens**, wonach die Einbeziehung der E-Books nicht nur vom Preisbindungsgesetz zwingend vorgegeben, sondern auch sinnvoll ist. Während etwa in den USA die Buchverlage in einem erbittert geführten Streit um ihre Preishoheit auf diesem Zukunftsmarkt kämpfen müssen, gilt in Deutschland eine gesetzlich vorgeschriebene Preishoheit der Verlage. Anders als beim gedruckten Buch muss der Verlag zudem jedem einzelnen Händler eine ausdrückliche Lizenz zur Verbreitung der E-Books einräumen. Diese Lizenz kann davon abhängig gemacht werden, ob sich der jeweilige Händler an die Buchpreisbindung hält oder nicht.

Von den großen – und teilweise neuen – „Playern“ im E-Book-Geschäft wie *Apple*, *Google* und *Amazon* haben wir bislang und aktuell keine Hinweise, dass der Versuch gemacht würde, die Buchpreisbindung in Deutschland zu umgehen.

Die Anzahl der uns bislang zur Kenntnis gebrachten Preisbindungsverstöße beim Verkauf von E-Books ist gering, höher ist die Quote der verkauften E-Books, für die der jeweilige Verlag trotz entsprechender Verpflichtung keinen Preis festgesetzt oder dies nicht ausreichend bekannt gemacht hat. Mit den sich aus der Buchpreisbindung für E-

Books ergebenden Konsequenzen hatten wir uns bereits im Arbeitsbericht 2009, S. 7f., befasst. Aufgrund der **Vielzahl der Nachfragen** möchten wir an dieser Stelle diese Konsequenzen noch einmal zusammenfassen:

Aus der Anwendbarkeit des Preisbindungsgesetzes auf E-Books folgt zunächst die **Verpflichtung der Verlage** gem. § 5 Abs. 1 S. 1 BuchPrG, auch die von ihnen vertriebenen E-Books im Preis zu binden und – sofern sie die E-Books über den Handel verbreiten – den Preis in geeigneter Weise bekannt zumachen. Da es sich bei einem E-Book um ein selbständiges Buchprodukt handelt, sind die Verlage **nicht an den Preis der Printausgabe gebunden**.

Die Verfolgung von Preisbindungsverstößen scheidet derzeit häufig noch daran, dass die Verlage keine Preise für ihre E-Books festgesetzt haben. **Die Preisfestsetzung für E-Books** ist dabei nicht nur ein interner Vorgang, sondern muss auch bekannt gemacht werden. Jeder Händler muss den Preis problemlos ermitteln können. Die Verlage müssen daher **für jedes E-Book eine eigene ISBN** vergeben und an das VLB sowie die einschlägigen Kataloge und Datenbanken melden. Der E-Book-Preis ist dann gesondert dort auszuweisen.

Noch immer wird häufiger die Frage an uns gestellt, ob unterschiedliche **Ausgabeformate** (PDF, EPUB etc.) auch mit unterschiedlichen Preisen verkauft werden können. Nach unserer Auffassung kann es für alle Formate nur einen Preis geben. Es wäre aus unserer Sicht mit der Preisbindung nicht vereinbar, wenn für ein und dasselbe elektronische Produkt je nach Ausgabegerät und dem dafür erforderlichen Format unterschiedliche Preise festgesetzt würden. Dies kann zu Problemen führen, wenn ein Verlag etwa -,,-9 er Preise festsetzt, weil dies Apple so für iPad-Apps fordert, andere marktstarke Verkäufer hingegen solche Festsetzungen nicht akzeptieren. Hier muss sich der Verlag notfalls entscheiden, welcher Vertriebsweg für ihn die größere Bedeutung hat.

Anders als bei körperlichen Produkten muss der Verlag dem Buchhändler das „**Recht der öffentlichen Zugänglichmachung**“ gem. § 19a UrhG einräumen. Hierzu schließt der Verlag – häufig unbewusst – für das E-Book einen entsprechenden Vertrag mit dem Buchhändler, durch welchen dieser rechtlich in die Lage versetzt wird, das E-Book an

Endabnehmer zu verkaufen. Diese Konstellation versetzt den Verlag in die Lage, auf den räumlichen und zeitlichen Umfang der Verbreitung durch den Handel Einfluss zu nehmen. Unabdingbar ist aber stets, dass der Verlag das Recht zur öffentlichen Zugänglichmachung des Werkes von dem oder den Autoren des Werkes auch vertraglich erworben hat und die Autoren mit der Einräumung dieses Nutzungsrechts an Dritte einverstanden ist.

Angesichts der unterschiedlichen Vertriebsformen elektronischer Bücher ist die Abgrenzung wichtig, was als E-Book anzusehen ist und was nicht. Nach dem Gesetzeswortlaut sind nur solche Produkte preisgebunden, die Bücher "reproduzieren oder substituieren", was nur bei einem vollständigen Buch der Fall ist. **Buchauschnitte und einzelne Kapitel** sind daher grundsätzlich nicht preisbindungsfähig. Auch liegt kein Buchsubstitut vor, wenn das E-Book im Wege der Vervielfältigung in den Besitz des Käufers übergeht, mithin vollständig auf ein Speichermedium des Käufers übertragen wird. Damit fallen etwa reine Zugriffsberechtigungen auf Online-Datenbanken, die nicht den vollständigen Download kompletter Bücher ermöglichen, aus dem Anwendungsbereich des Preisbindungsgesetzes heraus. Gleiches gilt für Mehrfachnutzungen von Inhalten in Netzwerken. Auch die **öffentliche Zugänglichmachung** von ganzen Büchern im Rahmen wissenschaftlicher Datenbanken unterfällt nach unserer Auffassung nicht der Preisbindung, da es hierbei vor allem um ein Rechercheinstrument für Fachkreise zur Auffindung von Informationen in riesigen Datenmengen geht und weniger um den Erhalt eines breiten Buchangebots i.S.d. § 1 BuchPrG.

### **III. Das VLB als Referenzdatenbank**

Das Branchenparlament des Börsenvereins hat in seiner Sitzung vom 29. April 2010 mit großer Mehrheit beschlossen, das VLB als Referenzdatenbank auszugestalten. Auch wir hatten uns in dieser Sitzung dafür ausgesprochen, da ein dringendes Bedürfnis nach einer Datenbank besteht, der die Branchenteilnehmer verbindlich den gebundenen Ladenpreis für jedes preisgebundene Buch entnehmen können. Unter „Referenzdatenbank“ ist eine Datenbank zu verstehen, die nach dem **Handelsbrauch der Branche** die für den Handel verbindlichen Ladenpreise ausweist. Ein solcher

Handelsbrauch liegt vor, wenn für mehr als zwei Drittel der preisgebundenen Bücher der im VLB ausgewiesene Preis vom Verlag als verbindlich anerkannt wird.

Zum Hintergrund: Gem. § 5 Abs. 1 BuchPrG sind die Verlage verpflichtet, den Preis ihrer Bücher nicht nur festzusetzen, sondern ihn auch „in geeigneter Weise zu veröffentlichen“. Entsprechendes gilt für Änderungen des Ladenpreises und dessen Aufhebung. Mit dieser Pflicht sind jedoch einige Verlage etwas lax umgegangen: So wurden Preisänderungen nicht in den gelben Seiten bekannt gemacht, sondern nur von den Barsortimenten beim Wareneingang bemerkt. Ob das VLB die Preisänderung mitvollzog hing dann davon ab, ob der Verlag separat die VLB-Redaktion informierte. Vielfach wurde ein zunächst vorangekündigter „ca.“-Preis beim Erscheinen des Buches nicht angepasst und blieb dann als solcher stehen. In anderen Fällen verramschten Verlage eine Restauflage und waren der Auffassung, damit sozusagen automatisch die Preisbindung aufgehoben zu haben, während gleichzeitig alle Kataloge noch gebundene Ladenpreise auswiesen. Auch **die Gerichte hatten mehrfach darauf hingewiesen**, dass es für die Einhaltung der Preisbindung unabdinglich sei, eine verlässliche und jedermann zugängliche Referenzquelle zu haben.

Eine wesentliche Erkenntnis der – unter Ziff. III. näher dargestellten – Auseinandersetzungen zwischen u.a. dem Buchhändler *Wienecke* / eBuch und *Amazon* war auch, dass eine **Vielzahl falscher Preisangaben** bei Amazon und anderen nicht aus böser Absicht erfolgten, sondern dem Fehlen verlässlicher Datenquellen geschuldet waren. Die Einigung der Parteien war nur vor dem Hintergrund der Einführung einer Referenzdatenbank möglich.

Nach dem **Beschluss des Branchenparlaments** wurde den Verlagen vom Verlag des VLB angeboten, das VLB als Referenzdatenbank zu akzeptieren und die im VLB eingegebenen Preise damit als die allein gültigen zu akzeptieren. Daraufhin haben die Verlage für bislang ca. 670.000 der ca. 1,2 Mio. lieferbaren Bücher die entsprechende Erklärung abgegeben. Der Börsenverein geht davon aus, dass die bedeutsame Schwelle von 800.000 Bücher demnächst überschritten wird und das VLB damit als Referenzdatenbank etabliert ist.



Den von uns vertretenen Verlagen raten wir sehr, sich ebenfalls am Referenzsystem zu beteiligen. Das hat den Vorteil, dass die Preise künftig nur noch an einer Stelle - im VLB – gepflegt werden müssen. Dies gilt auch und insbesondere für Preisänderungen und –aufhebungen. Das VLB wird die gemeldeten Preise **allen anderen Datenbanken** (Barsortimente, online- und stationärem Buchhandel) zur Verfügung stellen. So werden die einheitlichen und korrekten Preise Ihrer Titel aus einer Hand in den Markt kommuniziert. Die verbindlichen Buchpreise sind zudem über [www.buchhandel.de](http://www.buchhandel.de) auf Titelbasis für jedermann kostenlos abzufragen.

Damit das VLB für Ihre Buchpreise zur Referenzdatenbank wird, müssen Sie eine Erklärung abgeben. Dies können Sie auf zwei Wegen tun:

- Online: Im VLB-Titelservice gibt es eine vorgeschaltete Seite, bei der Sie "ich akzeptiere das VLB als Referenzdatenbank" anklicken;
- Per Fax: Sie füllen das Ihnen vom VLB zugesandte bzw. dort erhältliche Antwortfax aus, unterschreiben es und schicken es an die Faxnummer 069 1306-395 zurück.

#### **IV. Gütliche Einigung mit Amazon**

Gegenstand der Prozesse zwischen Amazon und mehreren Buchhändlern waren zunächst falsche Preisangaben von Amazon, gegen die u.a. der Buchhändler ***Dietrich Wienecke*** mit Unterstützung der Genossenschaft eBuch eine **Einstweilige Verfügung des Landgerichts Hamburg** sowie in der Folge die Festsetzung eines Ordnungsgeldes erwirkt hatte. Amazon verteidigte sich mit dem Argument des Fehlens wirklich verlässlicher Preisquellen und Preisangaben der Verlage und ging im Gegenzug gegen Buchhändler vor, die ebenfalls aufgrund falscher Datenbankinformationen falsche Preise anboten. Über die Thematik wurde in mehreren Gesprächsrunden auch unter unserer Beteiligung diskutiert. Eine Lösung kam erst in Sicht, nachdem die Etablierung des VLB als Referenzdatenbank beschlossen worden war. Die Parteien schlossen daraufhin am 13. Juli 2010 einen **Vergleich**, an dem wir beteiligt wurden, da wir die wesentlichen Regelungen dieses Vergleichs auch zum Maßstab unserer künftigen Vorgehensweise bei der Verfolgung von Preisbindungsverstößen machen werden.

Danach gilt in Zukunft:

- Wer den im VLB als Referenzpreis ausgewiesenen Preis einhält, verstößt grundsätzlich nicht gegen die Preisbindung.
- Ist der im VLB ausgewiesene Preis kein Referenzpreis, stimmt der vom Buchhändler angebotene Preis jedoch mit den Angaben entweder im VLB oder bei KNV oder Libri überein, liegt kein Preisbindungsverstoß vor.
- Stellt sich heraus, dass der vom Buchhändler verwendete Preis zwar vom Verlag festgesetzt wurde, beim VLB, KNV oder Libri jedoch andere Preise gelistet sind, liegt ebenfalls kein Preisbindungsverstoß vor.

## V.Gutscheine, Gewinnspiele, Kundenbindung

### 1. Gefahr für die Glaubwürdigkeit der Preisbindung

Die mit der Gutscheinwerbung verbundenen Probleme sind von uns bereits mehrfach thematisiert worden (Arbeitsberichte 2008, S. 7 f., 2009, S. 15 ff.) und zunehmend virulent. Wir sehen hier neben dem Dauerproblem „Überproduktion / Remission / Mängel Exemplare“ die derzeit größte Gefahr für das Preisbewusstsein der Kunden und die **Glaubwürdigkeit der Preisbindung** insgesamt. Im Wesentlichen geht es dabei um zwei Konstellationen:

Zum einen gibt ein Unternehmen Buchgutscheine an Kunden aus, die dann bei einem (Online-) Buchhändler eingelöst werden können. Löst der Kunde den Gutschein ein, bezahlt das Unternehmen die Differenz. Das OLG Frankfurt hat in einem Urteil aus dem Jahr 2004 angedeutet, es komme nicht darauf an, wer den gebundenen Ladenpreis zahle, sondern darauf, dass der gebundene Ladenpreis beim Buchhändler eingehe. Problematisch an dieser Konstellation ist jedoch, dass der Kunde das System weder kennt noch durchschaut und ihm der Eindruck bleibt, das Buch bei einem bestimmten Buchhändler **trotz der Preisbindung günstiger** erwerben zu können. Problematisch ist weiter, dass niemand überprüfen kann, ob das den Gutschein ausgebende Unternehmen tatsächlich auch den Nennbetrag des Gutscheins erstattet – oder ob nicht tatsächlich im Hintergrund die mit der Aktion verbundenen gegenseitigen Werbeleistungen verrechnet werden. Besonders problematisch ist es, wenn die drittfinanzierten Gutscheine auch noch in der Buchhandlung selbst ausgegeben werden, wie es etwa bei *Thalia* geschieht.

Zum anderen werden **Bonussysteme** veranstaltet, bei denen der Kunde durch den Buchkauf Punkte (Meilen, etc.) erwirbt, die er bei genügender Anzahl gegen eine Prämie eintauschen kann. Ansatzpunkt ist hier § 7 Ziff. 4 Nr. 1 BuchPrG, wonach die Preisbindung nicht verletzt wird, wenn „Waren von geringem Wert oder Waren, die im Hinblick auf den Wert des gekauften Buches wirtschaftlich nicht ins Gewicht fallen“ abgegeben werden. Da der Buchhandel von der Beteiligung an solchen Kundenbindungssystemen nicht ausgeschlossen sein soll, besteht Konsens dahingehend, dass die ausgelobte „Ware“ auch sozusagen in homöopathischen Dosen angespart werden kann, wenn die gewährten Bonuspunkte pro Buchkauf nicht mehr als 2 % des Buchpreises ausmachen. Problematisch wird das System, wenn als Prämie keine bestimmte Ware mehr ausgelobt wird, sondern der Kunde **frei in einem Sortiment wählen** kann: Denn dann wird der Bonus zu einer Art Ersatzwährung, die einer Geldauszahlung bereits nahe kommt. Besonders auffällig wird das, wenn dem Kunden – wie kürzlich bei einem Online-Buchhändler – als „Prämie“ wiederum ein Gutschein im Nennbetrag von mehreren Euro gewährt wird, den der Kunde beim Buchkauf einlösen kann. Nach unserer Sicht wird hier eine Grenze überschritten, die wir nicht hinnehmen können und auch nicht hinnehmen werden. Nach unserer Auffassung ist ein Buchkauf bei einem Händler, bei dem man letztlich als Zugabe einen Gutschein für weitere Buchkäufe erwirbt, nichts anderes als ein Barzahlungsnachlass. In diesem Fall werden wir eine gerichtliche Klärung herbeiführen müssen, falls hier nicht doch noch Einvernehmen zu erzielen ist.

## **2. Gerichtliche Klärung grundsätzlicher Fragen**

In einer Gutscheinaktion hatte die Firma buecher.de die Gewährung von Gutscheinen, im Betrag gestaffelt nach dem bestellten Warenwert, unter Hinweis darauf angekündigt, dass der Gutschein nicht auf preisgebundene Bücher eingelöst werden dürfe, der Bestellung also jeweils ein nicht preisgebundener Artikel im Wert des Gutscheins beizufügen sei. Wir sahen in dieser Aktion dennoch einen Verstoß gegen die Buchpreisbindung, weil der Preis des gebundenen Buches auf den Warenwert, von dem die Gewährung des Gutscheins abhängt, angerechnet wurde. Nach Ankündigung, dass wir auch hier notfalls eine gerichtliche Klärung herbeiführen müssten, verpflichtete sich die Firma, den Wert preisgebundener Bücher bei der Gewährung von Gutscheinen zukünftig nicht mehr anzurechnen.

Grundsätzliche Fragen der Kundenbindung mit Hilfe von Gutscheinen waren zudem Gegenstand zweier Entscheidungen des Landgerichtes in Ulm in einer preisbindungsrechtlichen Auseinandersetzung zwischen den Unterzeichnern und der **Drogeriekette Müller**. Diese Firma, die auch Bücher verkauft, veranstaltete eine Rabatt-Aktion, bei der Käufern beim Ersteinkauf ein Preisnachlass in Höhe von 3 % gewährt wurde, der allerdings nicht ausgezahlt oder vom Kaufpreis abgezogen wurde. Vielmehr erhielt der Käufer einen Gutschein über diesen Betrag, der erst beim nächsten Einkauf eingelöst werden konnte. Als Preisbindungstreuhänder erwirkten wir zunächst eine einstweilige Verfügung, die der Firma verbot, diesen Gutschein auszugeben, wenn Gegenstand des ersten Einkaufs preisgebundene Bücher sind. Die Firma akzeptierte diese Entscheidung und verpflichtete sich zu gerichtlichem Protokoll, keine Gutscheine beim Einkauf preisgebundener Bücher auszugeben. Sie stellte sich aber auf den Standpunkt, dass ein beim Erstkauf nicht preisgebundener Artikel ausgegebener Gutschein bei einem weiteren Einkauf Anrechnung auch dann finden könne, wenn dessen Gegenstand preisgebundene Bücher sind.

Bisher hatten es die Gerichte mit Fällen zu tun, in denen ein vom Händler finanzierter Gutschein schon beim **ersten Einkauf** in Zahlung gegeben werden konnte. Erstmals hatte sich nun das Landgericht in Ulm mit der Frage zu befassen, ob bei einem Kauf preisfreier Artikel ausgegebene Gutscheine **für den folgenden Kauf** preisgebundener Bücher Verwendung finden dürfen. Das Gericht gab uns Recht bei unserer Argumentation, der Kunde erhalte zwar den Gutschein beim Ersteinkauf, habe aber erst etwas von dem Gutschein, wenn er einen weiteren Einkauf tätige. Die Aktion der Drogeriekette ziele gerade darauf ab, einen Anreiz für Folgekäufe zu schaffen. Der Wert des Gutscheines realisiere sich erst beim Zweiteinkauf, erst bei diesem müsse der Kunde weniger zahlen, erhalte also einen Preisnachlass, den bei preisgebundenen Büchern zu gewähren das Gesetz aber ausdrücklich verbiete (Urteil LG Ulm vom 5. März 2010, 11 O 60/09 KfH). Die Ulmer Richter sahen in dem Kundenbindungssystem der Firma Müller den Versuch, im Ergebnis doch den Drogerie-Kunden Preisvorteile bei Büchern zu gewähren. Das sei ein Vorhaben, das marktstarken Firmen mit umfangreichem Sortiment verschiedener Artikel mehr Möglichkeiten biete als dem zur Einhaltung der Preisbindung verpflichteten Buchhandel. Das könne zu Wettbewerbsverzerrungen führen. Die Firma Müller hat gegen diese Entscheidung Berufung eingelegt, über die am 21. Oktober 2010 vor dem Oberlandesgericht in Stuttgart verhandelt wird.

### 3. Teilnahme an einem Gewinnspiel mit Abnahmeverpflichtung

Für die Phantasie mancher Vertriebsfirmen bei der Entwicklung von Kundenbindungssystemen haben sich durch eine Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes neue Perspektiven eröffnet. Er hat kürzlich das in § 4 Nr. 6 UWG normierte Verbot der Koppelung der Teilnahme an einem Gewinnspiel an den Erwerb einer Ware mit EU-Recht für unvereinbar erklärt. Damit dürfte es künftig wieder erlaubt sein, die Teilnahme an einem Preisausschreiben vom Erwerb einer Ware abhängig zu machen.

Ungeachtet dessen sind hier **die vom Preisbindungsrecht gezogenen Grenzen** zu beachten. Mit dem Versprechen einer Gewinnchance beim Kauf eines preisgebundenen Buches erhält der Kunde mehr als nur das Buch selbst. Wirtschaftliche Vergünstigungen, die das Buchpreisbindungsgesetz nicht ausdrücklich zulässt, dürfen aber nicht gewährt werden. § 7 BuchPrG regelt abschließend, in welchen Fällen der zur Einhaltung der Preisbindung verpflichtete Buchhändler oder Verlag im Direktvertrieb von den gebundenen Preisen abweichen darf. § 7 Abs. 4 BuchPrG zählt abschließend die zulässigen Vergünstigungen auf, darunter die bereits erwähnte Zugabe geringwertiger Waren. Eine Gewinnchance ist aber keine Ware, so dass sie vom Katalog der zulässigen Ausnahmen von der Preisbindung nicht erfasst ist. Daher ist es unzulässig, den Verkauf eines preisgebundenen Buches mit der Teilnahme an einem Gewinnspiel zu verbinden, wenn die in Aussicht gestellten Gewinne einen materiellen Wert haben. Dem könnte man entgegenhalten, die bloße Chance zu gewinnen, habe noch keinen wirtschaftlichen Wert, sondern realisiere sich erst im Falle des Gewinns. Aber allein die Chance stellt aus der Sicht des Kunden einen wirtschaftlichen Vorteil dar, für den er ja auch im Fall der Teilnahme an einer Lotterie zu zahlen hat. Auch lässt sich durch die Ausgestaltung solcher Gewinnspiele („Jedes Los gewinnt“) ein sehr starker Teilnahmeanreiz schaffen, der zu einem indirekten Preiswettbewerb führen kann. Und hier wären die großen Vertriebsformen mit ihren günstigeren wirtschaftlichen Möglichkeiten im Vorteil gegenüber den kleinen und mittleren Buchhandlungen, die der Gesetzgeber durch die Preisbindung gerade schützen will.

Keine Gewinnspiele sind nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes Werbeaktionen nach dem Motto **„Jeder 100. Kunde gewinnt“**. Denn hier wirke sich der mögliche Gewinn unmittelbar auf die vertragliche Leistung oder Gegenleistung aus: Der Verkäufer verzichtet im Falle des Gewinns auf den Kaufpreis. Der Kunde muss also

nicht etwas kaufen, um am „Gewinnspiel“ teilnehmen zu können. Dies bedeutet aber nicht, dass solche Aktionen preisbindungsrechtlich zulässig wären. Der Kunde erhält ja nicht etwa ein Geschenk, das in keiner Verbindung zum Kauf der Ware steht. Er ist vielmehr gezwungen, eine Ware zu kaufen, um die Chance zu erhalten, der 100. Käufer und damit Gewinner zu sein. Der Bundesgerichtshof sieht in solcher Werbung nicht ein an ein Absatzgeschäft gekoppeltes Gewinnspiel, sondern ein besonderes Verfahren der Preisgestaltung. Somit gelten die Regelung zur Buchpreisbindung.

## **VI. Schulbuch/Lehrerprüfstücke/Förder- und Elternvereine**

### **1. Urteil gegen die Stadt Nürnberg wegen fehlerhafter Auftragsvergabe**

In einem **Vergaberechtsverfahren** zur Nürnberger Schulbuchausschreibung für das Jahr 2008 hatte das Oberlandesgericht München der Problematik der Lieferung preisbindungsfreier Lehrerprüfstücke unter Einstandspreis des Händlers wegen der geringen wirtschaftlichen Bedeutung keine vergaberechtliche Relevanz beigemessen (vgl. Arbeitsbericht 2009, Seite 13 f.). Zu Unrecht, wie sich bei nachfolgenden Ausschreibungen der Stadt Nürnberg zeigte. Denn dabei erhielten Bieter den Zuschlag einzig und allein deshalb, weil sie andere Bieter mit Nachlässen für Lehrerprüfstücke überboten hatten. Die Stadt vertrat die Auffassung, auch kleinste wirtschaftliche Vorteile könnten einen Zuschlag rechtfertigen. Somit ergab sich die Notwendigkeit für einen Musterprozess, um die **preisbindungsrechtliche Grenze der Nachlassgewährung bei Lehrerprüfstücken** zu klären. Das Landgericht Wuppertal entschied mit rechtskräftigem Urteil vom 17. November 2009, ein Preisbindungsverstoß liege vor, wenn auf (nicht preisgebundene) Lehrerprüfstücke ein Nachlass gewährt werde, der die Handelsspanne übersteige (LG Wuppertal, 14 O 13/09). Das Gericht zog auf der Grundlage der im Schulbuchgeschäft üblichen Konditionen diese Grenze bei 25 %. Trotz dieser Entscheidung hält die Stadt Nürnberg an ihrer unzutreffenden Rechtsauffassung fest, unzulässig sei allein die kostenlose Lieferung bei Lehrerprüfstücken, nicht aber die Lieferung mit einem Nachlass unter 100 %. Gleichwohl hat, wie wir erfahren, bei der aktuellen Schulbuchausschreibung der Stadt Nürnberg kein Anbieter für Lehrerprüfstücke einen höheren Nachlass als 25 % angeboten. Hierzu hat sicherlich beigetragen, dass wir von denjenigen Firmen, die bei der früheren Schulbuchausschreibung in Nürnberg höhere Nachlässe angeboten und deshalb den Zuschlag für

Lose erhalten hatten, **Vertragsstrafen** eingefordert haben, und auch der **Börsenverein** dringlich zur Einhaltung der 25 %-Grenze zur Vermeidung von Abmahnungen geraten hatte.

## **2. Fehlerhafte Ausschreibungen im Schulbuchgeschäft**

Nicht nur bei Ausschreibungen der Stadt Nürnberg, sondern auch bei anderen Kommunen werden noch immer mit der Buchpreisbindung nicht vereinbare Angebote abgefragt, so die **Bereitschaft zu kostenloser Rücknahme** irrtümlich von der Schule falsch oder zuviel bestellter Bücher und die **Gewährung von Barzahlungsnachlässen**, die **Entsorgung** alter Schulbücher und – zunehmend häufig – die kostenlose Lieferung und Anbringung von **Inventarisierungsetiketten**. Nach rechtlichen Hinweisen durch uns haben die betreffenden Kommunen ihre Ausschreibungen durchweg korrigiert.

Schulen, Eltern- und Fördervereine organisieren nicht selten **Sammelbestellungen von Schulbüchern**, die aus Mitteln der Schüler/Eltern bezahlt werden müssen. Das Ziel ist, den Eltern über solche Bestellungen Preisvorteile zu gewähren. Preisnachlässe bei Sammelbestellungen dürfen jedoch vom Buchhändler weder gewährt noch gefordert werden. Denn es handelt sich nicht um eine Mengenbestellung, sondern nur um eine Bündelung von Einzelbestellungen der Schüler. Preisnachlässe bei Schulbuchbestellungen dürfen gemäß § 7 Absatz 3 Buchpreisbindungsgesetz nur dann gewährt werden, wenn die Bücher zu Eigentum der Schule angeschafft werden. Wenn die Bestellung von Schulbüchern aus eigenen Mitteln eines Eltern- oder Fördervereins bezahlt wird, erwirbt der betreffende Verein Eigentum und nicht die öffentliche Hand. Er darf also keine Preisnachlässe nach § 7 Absatz 3 BuchPrG erhalten, auch dann nicht, wenn er die Bücher anschließend der Schule überlässt. Anders, wenn der Verein der Schule das Geld zur Verfügung stellt, womit diese dann die Bücher zu ihrem Eigentum erwirbt.

## VII. Einzelfragen aus der Praxis

### 1. Remissionen, Mängel Exemplare

Der Löwenanteil der von uns verfolgten Preisbindungsverstöße entfiel auch im vergangenen Jahr auf Anbieter auf den diversen Internet-Marktplätzen. Die Ursachen sind bekannt: Einige Verlage „entsorgen“ ihre Überproduktionen und Remittenden preisgebundener Bücher bei Ramschern, bei denen sich wiederum Online-Händler und andere eindecken. Die Bücher werden dann weit unterhalb des noch gültigen Ladenpreises als angebliche Mängel Exemplare mit oder ohne Kennzeichnung angeboten. Beteiligt an diesem System sind alle Sparten, auch der stationäre Buchhandel: Es gibt etablierte Buchhandlungen, in denen man die ersten 30 Meter nur Wannen mit Ramschware und Mängel Exemplare ohne Mangel sieht, die gleichwohl im Schnitt als „preisreduziertes Mängel Exemplar“ gekennzeichnet sind, bevor einem das erste preisgebundene Buch begegnet. Wir haben das Problem ausführlich in unserem Arbeitsbericht 2008 dargestellt und **die Branche zur Mäßigung aufgefordert**. Solange dieser Ruf ungehört verhallt, werden wir uns auf den Internet-Marktplätzen und andernorts nur am Symptom abarbeiten, ohne das Problem lösen zu können.

### 2. Musiknoten

Nach § 2 Absatz 1 BuchPrG sind Musiknoten **Bücher im Sinne dieses Gesetzes**. Nach Absatz 2 der gleichen Vorschrift fallen fremdsprachige Bücher nur dann unter dieses Gesetz, wenn sie überwiegend für den Absatz in Deutschland bestimmt sind. Unter Hinweis auf diese Vorschrift vertrat ein großer Internethändler die Auffassung, Musiknoten ausländischer Verlage, die von deutschen Musikverlagen in Lizenz hergestellt und vertrieben werden, unterlägen als „fremdsprachige“ Bücher nicht der Preisbindung. Wir hielten entgegen, dass es – anders als bei klassischen Büchern – bei Noten entscheidend nur auf das Notenbild ankommen kann, nicht aber darauf, in welcher Sprache der begleitende Text verfasst sei. Noten sind generell sprachuniversell. Es gibt also keinen nationalen „Zielmarkt“, auf den die Gesetzesbegründung für deutsch- und fremdsprachige Bücher abstellt. Musiknoten haben keine nationalen sprachlichen Grenzen. § 2 Absatz 2 BuchPrG ist nach unserer Auffassung daher nicht auf Noten anwendbar. Der betreffende Online-Händler hat unsere Rechtsauffassung



akzeptiert und wird auch Musiknoten von Verlagen außerhalb Deutschlands zum gebundenen Ladenpreis verkaufen. Zur Sicherstellung der einheitlichen Preisgestaltung soll eine **Referenzdatenbank für Noten** installiert werden, vergleichbar dem VLB als Referenzdatenbank für Bücher im engeren Sinne. Der Börsenverein und der Deutsche Musikverleger-Verband bereiten eine solche Datenbank vor.

### **3. Werbung mit Wohltätigkeit**

§ 7 Absatz 4 Nr. 1 BuchPrG verbietet die Zugabe von Waren anlässlich des Verkaufs eines preisgebundenen Buches, ausgenommen Waren von geringem Wert. Die Rechtsprechung zieht die Geringwertigkeitsgrenze bei 2 % vom Wert des verkauften Buches. Das Zugabeverbot gilt aber nicht nur dann, wenn die Zugabe dem Käufer gewährt wird, sondern auch dann, wenn die Ware einem Dritten ausgehändigt und hierfür geworben wird. So wurde z.B. die Werbung eines Autohändlers, für jeden bei ihm gekauften Wagen seiner Wohnsitzgemeinde einen Baum zu stiften, für unzulässig erklärt (Kammergericht, Urteil vom 20. Dezember 1983, Az: 5 U 5146/83 „Ein Baum für Köln“). Damals war die zusammen mit dem Rabattgesetz 2001 abgeschaffte Zugabeverordnung noch in Kraft. Für preisgebundene Bücher gilt das Verbot von nicht nur geringwertigen Zugaben aber nach wie vor. Der Werbung mit mildtätigem Handeln in Verbindung mit dem Verkauf von Büchern, bei der die kommerzielle Absicht durchscheint, sind also Grenzen gesetzt.

### **4. Inzahlungnahme gebrauchter Bücher**

Die **Inzahlungnahme gebrauchter Bücher** beim Erwerb neuer Bücher ist zulässig, wenn kein höherer Wert als der des in Zahlung gegebenen Buches verrechnet wird. Wird ein höherer Betrag vergütet, liegt darin ein verschleierter Preisnachlass beim nachfolgenden Verkauf des preisgebundenen Buches. Aus diesem Grund dürfen feste Umtauschpreise weder genannt noch gewährt werden. Zulässig ist nur die Angabe von Höchstpreisen.

## 5. Räumungsverkäufe

Bei Räumungsverkäufen **anlässlich der endgültigen Schließung einer Buchhandlung** können Bücher unter Preis verkauft werden. Dies aber dann nicht, wenn ein Unternehmen mehrere Niederlassungen hat, in denen der Buchbestand aus der zu schließenden Niederlassung weiterverkauft werden kann. Die Zulässigkeit von Räumungsverkäufen unter Ladenpreis trägt der Situation eines Buchhändlers Rechnung, der anders sein Lager nicht innerhalb eines begrenzten Zeitraumes vollständig ausverkaufen kann und anderweitige Möglichkeiten zum Verkauf der Bücher, z.B. über weitere Niederlassungen, nicht hat.

## 6. Bücherei-Lektoratsdienste

Zugaberechtliche Probleme stellen sich bei der Koppelung der Preisgestaltung für die Inanspruchnahme von **Bücherei-Lektoratsdiensten** an die Höhe des Buchumsatzes. Bei entsprechender Anwendung der Zugabebegrenzung gemäß § 7 Absatz 4 Nr. 1 Buchpreisbindungsgesetz darf eine Vergünstigung beim Bezug solcher Dienste die 2 %-Grenze nicht überschreiten.

## VIII. Preisbindung in Österreich

Der **Europäische Gerichtshof** hatte in seiner Entscheidung vom 30. April 2009 zum österreichischen Buchpreisbindungsgesetz beanstandet, dass österreichische Importeure und ausländische Verlage daran gehindert waren, Mindestladenpreise in Österreich entsprechend den besonderen Bedingungen dieses Marktes festzulegen. Das österreichische Parlament hat dieser Vorgabe durch eine **Gesetzesänderung mit Wirkung zum 1. August 2009** Rechnung getragen: Seither ist es den deutschen Verlagen gestattet, speziell für Österreich geltende Preise, insbesondere Schwellenpreise, festzusetzen (vgl. Arbeitsbericht 2009, S 17 f.).

Die deutschen Verlage haben bislang jedoch nur ausnahmsweise von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht und belassen es durchweg bei der Mehrwertsteuerbereinigten Preisfestsetzung auf der Grundlage der deutschen Ladenpreise ihrer Bücher. Praktische Auswirkungen auf den österreichischen Buchmarkt hatte das Urteil also nicht. Es ist

jedoch von großer Bedeutung für die **Frage der Zulässigkeit nationaler Preisbindungen mit grenzüberschreitender Wirkung**, weil EU-Kommission und der EuGH in diesem Verfahren Beschränkungen des freien Warenverkehrs für gerechtfertigt und mit europäischem Kartellrecht vereinbar erklärt haben, wenn sie dem Ziel des Schutzes des Kulturgutes Buch dienen (vgl. Arbeitsbericht 2009, Seite 1 f. und 17 f.). Der Buchmarkt in Österreich erweist sich im Vergleich zu Deutschland und der Schweiz erstaunlich resistent gegenüber Krisenerscheinungen. So ist der Sortimentsumsatz im ersten Halbjahr 2010 um 3 % gewachsen. Der Präsident des Hauptverbandes des österreichischen Buchhandels, Gerhard *Schantin*, führt die **Stabilität des stationären Buchhandels** zurück auf die ausgeglichene Struktur im Land, in dem 60 % der Umsätze im nicht filialisiertem Buchhandel erzielt werden (Börsenblatt 30/2010, S. 18 f.).

## **XI. Preisbindung in der Schweiz**

In unserem Arbeitsbericht vom 24. August 2009 heißt es, der Schweizer Buchhandel sei zwei Jahre nach der Aufhebung der Sammelrevers-Preisbindung dem Ziel eines Buchpreisbindungsgesetzes nahe. Das Gesetzgebungsverfahren hat leider eine **unerfreuliche Wendung** genommen. Am 27. Mai hatte der Nationalrat einen Gesetzesentwurf angenommen, dem noch der Ständerat, die Vertretung der Kantone, zustimmen musste. Zwar sprach sich auch der Ständerat im März 2010 für gesetzlich gebundene Buchpreise aus, beschloss aber zugleich, über das Internet bestellte Bücher aus dem Ausland von der Preisbindung auszunehmen. Noch weiter ging die Wirtschaftskommission des Nationalrates: Nach ihrem Willen sollte **der gesamte Online- und traditionelle Versandhandel** von der Preisbindung ausgenommen bleiben. Damit aber verkehrt sich der Sinn eines Preisbindungsgesetzes in sein Gegenteil: Würde doch der stationäre Buchhandel erhebliche Wettbewerbsnachteile gegenüber dem Versandhandel erleiden und mit Sicherheit Marktanteile verlieren. Der Schweizer Buchhandel will ein solches Gesetz unter keinen Umständen und würde, falls es bei der Versandhandels-Ausnahme bleibt, die Befürworter einer alle Vertriebswege umfassenden Preisbindung im Schweizer Parlament bitten müssen, gegen den Gesetzesentwurf zu stimmen. Die endgültige Entscheidung soll nunmehr im September im Nationalrat fallen.

Dass der Versandhandel der Preisbindung nicht unterliegen soll, wird von den Protagonisten dieser Regelung mit EU-rechtlichen Erwägungen begründet. In keinem anderen der vielen EU-Länder mit gesetzlicher Buchpreisbindung wird jedoch der Versandhandel von der Preisbindung ausgenommen, auch nicht im österreichischen Gesetz, das Gegenstand der vorerwähnten EuGH-Entscheidung war. EU-rechtliche Bedenken hat es gegen die Einbeziehung des Versandbuchhandels einschließlich Internethandel in die Preisbindung zu keinem Zeitpunkt gegeben. Jedoch hat der EuGH in seiner Entscheidung vom 30. April 2009 zur österreichischen Buchpreisbindung das Diskriminierungsverbot im grenzüberschreitenden Handel besonders hervorgehoben. Dieses würde aber bei der Verabschiedung des Schweizer Gesetzesentwurfes in der derzeitigen Fassung massiv verletzt.

## **X.Honorar**

### **Unser Honorar für 2010:**

Inhalt und Umfang unseres Mandats können Sie wiederum aus der anliegenden Tätigkeitsbeschreibung entnehmen. Die Honorarsätze bleiben auch in diesem Jahr unverändert. Bitte stufen Sie sich gemäß beiliegender Rechnung in die Sie betreffende Honorargruppe selbst ein. Das Honorar ist fällig am **17. September 2010**. BAG-Einzug ist ebenfalls für den 17. September 2010 vorgesehen. Falls Sie nicht am BAG-Verkehr teilnehmen, bitten wir um Überweisung des Honorars auf unser auf der ersten Seite rechts oben angegebenes Postbankkonto.

Wiesbaden, den 23. August 2010



(Dieter Wallenfels)



(Prof. Dr. Christian Russ)

## **Anlagen**

- Tätigkeitsbeschreibung