



**Der Inhalt dieser Arbeit unterliegt dem
deutschen Urheberrecht und ist über die
Creative Commons Lizenz *BY-NC-SA* zugänglich.**

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Institut für Bibliothekswissenschaft

PS Das Verlagswesen in der Bundesrepublik Deutschland

SS 2003

**Eine Analyse
der Buchpreisbindung
in der Bundesrepublik Deutschland**

INHALTSÜBERSICHT

1.	Vorbemerkung	2
2.	Einleitung	2
3.	Kontroversen zur Buchpreisbindung	3
3.1.	kulturpolitische Aspekte	3
3.1.1.	Befürworter	3
3.1.2.	Gegner	4
3.2.	ökonomische Aspekte	5
3.2.1.	Vorteile der Buchpreisbindung	5
3.2.2.	Nachteile der Buchpreisbindung	7
3.3.	Zwischenfazit	9
4.	Strukturveränderungen der Vertriebswege	10
4.1.	Große Sortimentsbuchhandlungen	11
4.2.	Kleine Sortimentsbuchhandlungen	11
4.3.	Warenhausbuchhandlungen	12
4.4.	Sonstige	12
4.5.	Versand- & Verlagsbuchhandel	13
4.6.	Ladenketten	13
5.	Ergebnis	13
6.	Schluss	14
7.	Anhang	15
8.	Quellenangabe	20

1. VORBEMERKUNG

Die Buchpreisbindung ist deshalb eine Wettbewerbsbeschränkung, weil sie den Preiswettbewerb auf der Ebene der Buchhändler ausschließt. Diese Wettbewerbsbeschränkung ist auch schwerwiegend, die Kommission und der Gerichtshof haben immer gesagt, daß Preisabsprachen und Marktaufteilungen die beiden Arten von Wettbewerbsbeschränkung sind, die am wenigsten hingenommen werden können, also zu den schwerwiegendsten Arten von Wettbewerbsbeschränkungen gehören.¹

Sollte dies denn als großer Vorwurf, dargebracht von Thomas Kaufmann, gegen den Börsenverein des deutschen Buchhandels und dessen Einsatz für die Buchpreisbindung gelten und auch weiterhin, bei neuer Gesetzeslage ab dem 1. Oktober 2002, als Statement der Kritiker erscheinen?

Viele Vertreter und Gegner der Buchpreisbindung im deutschsprachigen Raum beschäftigten sich gerade vor der neuen Gesetzgebung der Bundesregierung vom 1. Oktober 2002² mit den Wettbewerbsbesonderheiten des Buchmarktes.

Die Umstellung der Preisbindung auf eine gesetzliche Grundlage wird für viele unbemerkt vonstatten gehen. So dürfte der Verbraucher kaum einen Unterschied feststellen: Wie bislang muss er den Preis zahlen, der auf dem Buch ausgewiesen ist.³

Grund genug sich an dieser Stelle mit der Buchpreisbindung und kulturpolitischen und ökonomischen Besonderheiten am deutschen Buchmarkt zu beschäftigen. Dies wird im ersten Teil geschehen, um danach ein Modell spielen zu können, das die einzelnen Händlersegmente in ihrer Reaktion auf einen möglichen Wegfall aufzeigt.

Grundlegend für die Arbeit ist das Werk von Franzen, Wallenfels und Russ,⁴ da dieses erst nach Verabschiedung des neuen Gesetzestextes neu bearbeitet herausgebracht wurde und sich kommentiert mit diesem beschäftigt. Alle anderen Quellen befassen sich mit der vorherigen Gesetzeslage,⁵ z.B. Bert Rürup als Verfechter, Preuß Neudorf als einer, der der Preisbindung im Allgemeinen kritisch gegenübersteht.

2. EINLEITUNG

Die Wirtschaftsordnung der Bundesrepublik Deutschland und den anderen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union unterliegt dem freien Wettbewerb; das heißt, dass Angebot und Nachfrage über den Erfolg oder Misserfolg eines Produktes entscheiden, und somit die

¹ Thomas Kaufmann: Probleme der Buchpreisbindung nach europäischem Kartellrecht. Rede vor der Europäischen Kommission gegen die Preisbindung am 29.1.1998.
http://europa.eu.int/comm/competition/speeches/text/sp1998_013_de.html (Stand: 24.2.04)

² s. Anhang.

³ Birgit Menche: Alle Bücher haben feste Preise. 19.12.2002. In: <http://www.boersenblatt.net> (Stand: 23.2.2004)

⁴ Hans Franzen; Dieter Wallenfels; Christian Russ: Preisbindungsgesetz. Die Preisbindung des Buchhandels. 4., völlig neu bearbeitete Auflage. München 2002.

⁵ Vgl.: Hans Franzen: Die Preisbindung des Buchhandels. 3., nochmals erweiterte und neugefaßte Auflage. München 1987.

Preisgestaltung damit in engem, funktionalem Zusammenhang steht.⁶ Das *Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkung (GWB)* untersagt alle Absprachen, die den freien Wettbewerb behindern könnten.

Doch wurde gemäß § 16 GWB die vertikale Preisbindung (laut § 15 GWB im Allgemeinen untersagt) für Verlagserzeugnisse freigestellt, so dass, wenn ein Verlagsunternehmen die Abnehmer seiner Erzeugnisse rechtlich beziehungsweise wirtschaftlich band, bei der Weiterveräußerung bestimmte Preise vereinbart oder Bindungen an den Preis bis zum letzten Verbraucher (*fester Ladenpreis*) auferlegt wurden. Diese Vereinbarung bedurfte entweder eines individuellen und privatrechtlichen Vertrages oder eines Eintrags in ein Sammelrevers, in dem Buchhändler wie Verlage durch Unterschrift einem gemeinsamen Grundsatz der Preisbindung zustimmten.⁷

Mit dem am 1.10.2002 in Kraft getretenen Gesetz wurde dieses flexible Vertragssystem – die Verlage hatten bis dato die Möglichkeit, Preise zu binden oder einzelne Titel aus der Preisbindung herauszunehmen – zu einer starren gesetzlichen Reglementierung der Preisbindung für alle Bücher und führte daher zu einem stärkeren Eingriff in die Freiheit der Hersteller und Händler.⁸

3. KONTROVERSE ZUR BUCHPREISBINDUNG

3.1. KULTURPOLITISCHE ASPEKTE

3.1.1. BEFÜRWORDER

„Bücher wollen ihr Recht, sie sind lebendige Wesen, wer sie zur Ware verdammt, bringt sie als Sklaven zu Markt“⁹

Schon seit der Einführung der Buchpreisbindung im Deutschen Reich 1887 hat sich die schwärmerisch und leidenschaftlich vorgetragene, kulturelle Argumentation kaum verändert: Das Buch transportiere geistige und intellektuelle Ideen und bestimme die kulturelle Verfassung einer Gesellschaft mit.

(1) Dies liegt auch an der großen, in Deutschland vertretenen Titelvielfalt, die auch unbekanntem Autoren und Werken den Buchmarkt eröffnet¹⁰ und es durch Mischkalkulation

⁶ Regina Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. Mit einem Geleitwort von D. Wallenfels. Wiesbaden 2000, S. 3.

⁷ Ebd., S. 9.

⁸ Franzen: Preisbindungsgesetz. 2002, S. 12.

⁹ Johannes Mumbauer; zitiert nach: Julia Holterhoff; Martina Kassner: Buchpreisbindung in der EU. Köln 2000, S. 7.

des mittragenden Bestsellergeschäfts spezialisierten Verlagen und mittelständischen Buchhandlungen erlaubt ist, Nischen auszufüllen und die Differenziertheit des Angebots zu gewährleisten. Befürworter befürchten, ohne Preisbindung könnten Kaufhäuser und Buchhandelsketten durch günstige Einkaufskonditionen insbesondere Bestseller zu billigeren Preisen verkaufen, und dadurch wäre der Buchhändler seines Bestsellerabsatzes beraubt und dann auf die Veräußerung schwerer verkäuflicher Bücher angewiesen. Diese geringe Spanne müsste der Sortimenter durch höhere Preise ausgleichen, wodurch im Endeffekt die meisten Werke teurer werden würden.¹¹ Dies würde zum Verlust der kulturellen und sprachlichen Vielfalt und des Schutzes des Pluralismus führen.

(2) Verleger und Händler können sich durch die relativ sichere Handelsspanne große Lager und dadurch eine umfangreiche, für einige Jahre bestehende Backlist leisten, die dem Kunden eine breite Angebotsspanne auch älterer Titel zu kurzfristiger Bestellung bieten kann.¹²

(3) Außerdem bleibt anzumerken, dass für das Verlagswesen staatliche Subventionen¹³ vermieden werden, die eigentlich für Kulturbereiche üblich sind.¹⁴

3.1.2. GEGNER

Selten sind auf kulturpolitischer Ebene den Vorteilen Nachteile gegenüberzusetzen, denn das Argument, die Preisbindung verursache eine alimentierte Überproduktion kulturell nur geringwertiger Trivilliteratur,¹⁵ wirft die Frage auf, ob sich das Kulturgut Buch¹⁶ einer objektiven Bewertung stellen kann und darf, und welche Instanz in der Lage ist, diese Entscheidung der Wertigkeit – zumal bei diesem Massenmarkt – zu treffen. „Jedes einzelne Buch ist Kulturgut“,¹⁷ das nicht in das Schema „Ware“ passe.

Wirtschaftlich gesehen wiederum sind Waren Erzeugnisse, die einen Geldwert haben und deshalb Gegenstand von Handelsbeziehungen sein können und damit werden (Buch-)Inhalte,

¹⁰ Stephan Füssel: Die Preisbindung für Bücher aus kulturhistorischer Sicht. In: Ulrich Everling; Bert Rürüp; Stephan Füssel: Die Buchpreisbindung. aus europarechtlicher, ökonomischer und kulturhistorischer Sicht. Frankfurt am Main 1997, S. 89-102. hier: S. 92.

¹¹ Franzen: Preisbindungsgesetz. 2002, S. 15.

¹² Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung, S. 13f.

¹³ Als Gegenbeispiel nennt Goldschmitt Schweden, wo ein Großteil der Verlage seit 1975 staatlich (1990 immerhin mit 36 Mio. skr) subventioniert wird. Die Folge ist, dass die Zahl der tatsächlich verkauften Titel zwar weiter sinkt, aber eine literarische Überproduktion finanziert wird.

(Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung, S. 14.)

Gesamtabhandlung über den schwedischen Buchmarkt, siehe auch: Thomas Richter: Die Aufhebung der Preisbindung für Bücher. Fallbeispiel Schweden. Wiesbaden 1995.

¹⁴ Holterhoff; Kassner: Buchpreisbindung in der EU, S. 8.

¹⁵ Achim Preuß Neudorf: Preisbindung und Wettbewerb auf dem deutschen Buchmarkt. Eine Analyse der Wettbewerbssituation unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale des Buchmarktes und ihres Einflusses auf Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis. Köln 1999, S. 92.

¹⁶ Begriff entnommen aus BuchPrG § 1. siehe Anhang.

¹⁷ Franzen: Preisbindungsgesetz. 2002, S. 16.

die immateriell und körperlos sind, zu einem handelbaren Wirtschaftsgut. Die Produktprüfung in Bezug auf Qualität und Beschaffenheit, die beim Buch viel enger mit dem Inhalt als mit der Ausstattung verknüpft ist, muss also vom Käufer selbst vorgenommen werden. Daher haben die Informationskosten auf diesem Markt eine sehr große Bedeutung und sind für den Umsatz überaus entscheidend.

Gegen das Argument der Titelvielfalt spricht die Frage, was einen Verleger motivieren könnte, ein erkennbar verlustverdächtiges Werk zu verlegen, was zur Verringerung seines Gewinns führt.¹⁸

Weiterhin kann angemerkt werden, dass die so genannte Nicht-Subventionierung der Buchbranche mit der Belastung der Printmedienkonsumenten einhergeht. Würde der kulturelle Output über allgemeine Steuereinnahmen finanziert, könnte die Belastung für den Buchkäufer – dadurch dass auch Nicht-Buchkäufer zu den Steuerpflichtigen zählen – geringer ausfallen.¹⁹

3.2. ÖKONOMISCHE ASPEKTE

3.2.1. VORTEILE DER BUCHPREISBINDUNG

Man will das Angebot einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen, eine Vielzahl von Verkaufsstellen gewährleisten, den Mittelstand stützen, einen gestreuten Buchhändlerstand mit bibliografischem Handwerkszeug ermöglichen, hohe Beratungsqualität und Service bieten.²⁰

(1) Das buchhändlerische Dienstleistungsangebot erstreckt sich von der Lage und Größe des Geschäftes über die Qualifikation des Verkaufspersonals und die unentgeltliche Kundenberatung bis hin zur schnellen Besorgung nicht vorrätiger oder speziell gewünschter Literatur aus dem In- und Ausland. Durch die hohe Buchhandelsdichte werden Zwischenhändler und das Barsortiment und die damit einhergehende Lieferung binnen 24 Stunden ermöglicht. Auch allgemein kulturelle Arbeit, wie Dichterlesungen etc., gehört zum Leistungswettbewerb zwischen den einzelnen Buchhandlungen.²¹ Für die Kunden könnte sich die Produkt-Service-Kombination als vorteilhafter erweisen als geringfügige Preisvorteile.²²

¹⁸ Achim Preuß Neudorf: Preisbindung und Wettbewerb, S. 95.

¹⁹ Ebd., S. 96.

²⁰ Franzen: Preisbindungsgesetz. 2002, S. 17.

²¹ Holterhoff; Kassner: Buchpreisbindung in der EU, S. 9f.

²² Preuß Neudorf schreibt, dass vor allem Nachfrager mit geringer Nutzeinschätzung eines Gutes, d.h. geringerer Zahlungsbereitschaft, von den Dienstleistungen beispielsweise beim Spontankauf profitieren. Ein Kunde, der ein Produkt unbedingt benötigt, könne auch eine aufwendigere Beschaffung akzeptieren oder auf Beratung verzichten.

Das vom Verlag gewünschte Serviceniveau ist ein Resultat der Buchpreisbindung, da die Buchhändler auf diesem Wege versuchen höhere Absatzzahlen zu erreichen. Rürüp zählt dazu die „mit dem Verkaufsvorgang zusammenhängende Beratung, [...] das Ausstellen der Ware, die Gestaltung eines attraktiven Sortiments, die Schaffung eines ansprechenden Ambientes, den Service nach Beendigung des Verkaufsvorgangs etc.“²³ Somit ist der Verlag mit Hilfe des Ladenpreises daran interessiert, die Serviceleistungen zu optimieren und damit den eigenen Absatz zu erhöhen.

Für die Kunden kann die Preisbindung vorteilhaft sein, wenn nämlich die Ersparnis an Informations- und Servicekosten beim Durchschnitt der Nachfrager größer ist als eine mögliche Mehrbelastung beim Bestsellerkauf.²⁴

Konsumenten, die den Vorzug oder eine Zahlungsbereitschaft beispielsweise einem traditionellen Buchhändler geben und nicht an anderen Stellen kaufen, könnten ohne Preisbindung, da der Einzelhandel womöglich teurere Preise hat, ihren Konsum einschränken. Die daraus resultierende Senkung der Konsum- und Herstellerrente sowie der Gewinne der Verlage führte dann zu einer ineffizienten Marktsituation.²⁵

(2) Außerdem bewirkt die Preisbindung einen Qualitätsanspruch an die Verlage: Da Bücher in der Regel nicht mehrfach von einem Konsumenten gekauft werden, muss der Verleger darauf achten, den Käufer an sein Haus zu binden. Mit niederem Service und hohem Preis wird ihm das nicht gelingen und der Gewinn aus einer einmaligen Fehlsignalisierung gegenüber dem Kunden wird geringer sein als etwa aus einer Strategie der niedrigeren Preise.²⁶

(3) Die Endverbraucherpreise sind langfristig stabil. Sie werden aufgrund der Kostendifferenz zwischen den Händlern – bspw. Discounter vs. Einzelhandel – bestimmt. Der Wettbewerb besteht dann zwischen den einzelnen Verlagen beziehungsweise den produzierten Titeln, da den (weniger zahlungsbereiten) Konsumenten Substituten – solange es sich nicht um Spezialliteratur handelt, die nur in bestimmten Vertrieben erhältlich sind – zur Verfügung stehen.²⁷

Weiterhin gibt er an, dass, wenn bspw. ein Zeitungsabonnementspreis um monatlich 2 DM günstiger sei, dadurch aber der Konsument selbst die Zeitung bei der Druckerei holen müsste, zwar der Preis sinkt, dafür aber sich auch erheblich die Wohlfahrt des Konsumenten verringert.

(Preuß Neudorf: Preisbindung und Wettbewerb, S. 84-87.)

²³ Bert Rürüp: Die Buchpreisbindung im Lichte der ökonomischen Analyse. In: Ulrich Everling; Bert Rürüp; Stephan Füssel: Die Buchpreisbindung. aus europarechtlicher, ökonomischer und kulturhistorischer Sicht. Frankfurt am Main 1997, S. 61-87. hier: S. 75.

²⁴ Preuß Neudorf: Preisbindung und Wettbewerb, S. 89.

²⁵ Bert Rürüp: Die Buchpreisbindung im Lichte der ökonomischen Analyse, S. 73.

²⁶ Ebd., S. 80.

²⁷ Ebd., S. 74f.

(4) Es müssen keine Nachforschungen über die günstigsten Preise durch den Kleinkunden angestellt werden und es kommt nicht zu einer Erhöhung des Einzelpreises, die bei Aufhebung der Preisbindung – da die Nachfragemacht von Unternehmen und Großkunden enorme Nachlässe durchsetzen könnte²⁸ – nicht gewährleistet wäre.

(5) Die festgelegten Preise führen zu einer immensen Rationalisierung für den Vertrieb, da Einzelkalkulationen (auch für Sonderangebote) und individuelle Handelsaufschläge nicht nötig sind,²⁹ und somit Zeit und Arbeitskraft gespart werden können.

3.2.2. NACHTEILE DER BUCHPREISBINDUNG

Verfechter findet man hierfür besonders unter den Anhängern eines ausschließlich den Gesetzen des Marktes unterworfenen Warenverkehrs und den Unternehmen, die sich durch den Wegfall der Preisbindung Vorteile erhoffen.³⁰ Durch die Buchpreisbindung, als Form der Wettbewerbsbeschränkung, werden der Preiswettbewerb der Händlerebene geschwächt, das ökonomische Kalkül, einen möglichst hohen Nutzen zu erzielen, gebremst, Missbräuche in der Preisbildung erleichtert. Betriebswirtschaftliche, kulturelle oder sozial motivierte Sonderregelungen bilden Erscheinungen eines dirigistischen Systems.³¹

Weitere Argumente sind die Behinderung der Werbefreiheit oder gar die Ausschaltung des freien Wettbewerbs – „Konkurrenz belebt das Geschäft“ und dies dient dem Gemeinwohl. Billigere Bücher, höherer Absatz und die damit verbundene Ankurbelung der gesamten (Buch-)Branche wäre eine Effizienzsteigerung zugunsten des freien Marktes.³²

Auseinandergesetzt wurde sich mit der negativen Seite vor allem vor der neuen Gesetzregelung, da damals die Preisbindung auf Bücher noch optional war. Die da angeführten Aspekte, z.B. von Holterhoff/Kassner³³ oder Rürüp/Klopfleisch/Stumpp,³⁴ sind dennoch hilfreich bei der objektiven Betrachtung der durch den Gesetzgeber bestimmten Festlegung:

(1) Stärkung von Händlerkartellen

Voraussetzung für die Betrachtung dieser These ist die Annahme, dass sich auf dem Markt mindestens zwei Händlertypen verschiedener Kostenstruktur – hier: Discounter und

²⁸ Ebd.

²⁹ Holterhoff; Kassner: Buchpreisbindung in der EU, S. 9.

³⁰ Franzen: Preisbindungsgesetz. 2002, S. 14.

³¹ Ebd., S. 17f.

³² Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung, S. 10.

³³ Holterhoff; Kassner: Buchpreisbindung in der EU, S. 13-15.

³⁴ Bert Rürüp; Roland Klopfleisch; Henning Stumpp: Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. Frankfurt am Main 1997, S. 7-22.

Einzelbuchhandel – befinden. Der Sortimenter hätte preislich gesehen einen Nachteil gegenüber der Handelskette, kann den aber dann ausgleichen, indem er ein hohes Serviceniveau bietet und mit anderen Händlern, gebunden im Händlerkartell, Druck auf das Verlagswesen ausübt. Dieses wiederum ist größtenteils abhängig vom kartellierten Händler, da Alternativen zum Absatz fehlen. Somit kommt es zu einem Marktungleichgewicht zugunsten der Kartell-Händler und zu Ungunsten von Produzent, Konsument und nicht-kartelliertem Händler.

Diese Formierung von Händlerkartellen wird mit dem neuen Gesetz unterbunden, da die Preisbindung der Verlage nicht mehr optional, sondern obligatorisch ist. Die Einzelhändler müssen nicht mehr auf ihre Durchsetzung drängen.

(2) Mögliche Voraussetzung für Herstellerkartelle

Nicht nachweisbar ist, ob auf dem deutschen Buchmarkt tatsächlich Kartelle bestehen. Wettbewerbsrechtlich sind sie verboten. Aber man kann sich dennoch auf diese Idee einmal einlassen:

Voraussetzung ist die hohe Marktmacht eventuell kooperierender Hersteller, die durch diese Zusammenarbeit auf einem bestimmten Sektor der Produkte eine Monopolstellung einnehmen. Die Preisbindung und zusätzliche Marktzutrittsbarrieren werden dann zukünftige Mitbewerber am Gewinn von Marktanteilen – erhalten durch Niedrigpreise bei Substituten – hindern.

Weiterhin ist es, dass ein mögliches Kartell dadurch gestärkt wird, wenn Mengen- und Preisabsprachen unter den Herstellern bestehen und jede Abweichung von dem abgestimmten Verhalten bei den übrigen Herstellern bemerkt wird. Deshalb gibt es kaum Anreize vom vereinbarten Preis abzuweichen – dies führt zur Geschlossenheit des Kartells und zur Stärkung des monopolistischen Verhaltens gegenüber den Händlern. Somit lägen die Vorteile klar bei den Verlagen, die Nachteile beim Handel und den Konsumenten. Stünde jedoch dem Hersteller- auch noch ein Händlermonopol (s. (1)) gegenüber, so hätte allein der Kunde das Nachsehen.

Jedoch bestand auch vor dem neuen Gesetz bei einem Großteil des Buchmarktes durch die große Anzahl von Verlagen (immerhin 1.882)³⁵ kaum eine Chance zur Bildung von Verlagskartellen.

³⁵ Zahl der Mitglieder des herstellenden Buchhandels im Börsenverein am 30.04.2003. (Börsenverein des deutschen Buchhandels e.V. (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen 2003. Frankfurt am Main 2003, S. 13.)

(3) Sicherung von Monopolrenten

Besonders auf dem Marktsektor mit ausgeprägter Verschiedenartigkeit der Titel, z.B. bei Bestsellern und Fachbüchern, kann eine Monopolstellung dazu führen, dass vom Verlag höhere Ladenpreise festgelegt und diese über einen längeren Zeitraum aufrechterhalten werden. Geht er dann aber das Risiko ein, nach einiger Zeit niedrigere Preise festzusetzen, könnte der Käufer diese Methode der Abschöpfung aller Konsumentenebenen durchschauen und beim nächsten Kauf auf den billigeren Preis warten. Dadurch muss der Monopolist den Konsumenten an die Preiskonstanz – hergestellt durch die Preisbindung – glauben lassen, damit er das Produkt tatsächlich zu diesem höheren Preis kauft.

(4) Hindernis bei der Wahl des optimalen Absatzweges

In der Einführungsphase eines neuen Titels ist es für den Hersteller günstiger, den traditionellen Händlerweg mit hohem Service zu nutzen. Sobald die Qualität bei den möglichen Konsumenten allgemein bekannt ist, wäre es für den Verlag günstiger, andere, kostengünstigere Absatzwege, z.B. über einen Discounter, zu finden.

Jedoch wurde dies auch vor der Einführung der gesetzlichen Preisbindung kaum vollführt, da sich die Hersteller selten dem Risiko der Einschätzung der Preiselastizität unterwarfen und ihre Beziehung zu traditionellen Buchhändlern nicht gefährden wollten – neue, unbekannte Titel müssten wieder diesem guten Service unterliegen, und das könnte bei beschädigten Beziehungen zum Einzelhandel einen finanziellen Nachteil bedeuten. Man behielt die Preisbindung wegen den Unsicherheiten in der zukünftigen Kalkulation von Produkten (Elastizitäten, Lebensdauer, Folgekosten) bei.

Im preisgebundenen System findet man insofern mangelnde Kompatibilität, da ein Hersteller mit einem Produkt nicht gleichzeitig einen traditionellen Händler und einen niedrigpreisigen Discounter beliefern kann. Es entstand – schon damals – eine so genannte Lock-In-Situation, der Produzenten so gut wie nicht entfliehen konnten, da kaum kostengünstigere Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung standen.

3.3. ZWISCHENFAZIT

Es ist schwierig die verschiedenen Argumente der Gegner und Befürworter unter einen Hut zu bringen, da bei den einen der ökonomische Nutzen des Wegfalls der Preisbindung und ein freier Wettbewerb aller (ver-)käuflichen Waren hoch angesiedelt werden, von den anderen

hingegen die Kulturqualität des Buches und die damit verbundene Titelvielfalt als Grundlage der im Grundgesetz verankerten³⁶ Bildungs- und Wissensfreiheit als wichtig erachtet wird.

Den Befürwortern anzumerken bleibt, dass die meisten ihrer Argumente eng in Zusammenhang mit inhaltlicher Qualität sowohl des Buches als auch des Marktes stehen, nur hält diese jeglicher interpersoneller Nachprüfbarkeit kaum stand und bleibt damit unangreifbar. So scheint es, dass alle die Preisbindung befürwortenden Werke ihren Schwerpunkt auf die kulturellen Aspekte legen, aber sich kaum wirklich kritisch mit den ökonomischen Begebenheiten auseinander gesetzt wird. Das kann durchaus an der unübersehbaren Zuneigung all jener Verfasser zu Bert Rürüp liegen, der den festen Ladenpreis uneingeschränkt als die beste Variante des Buchmarktes betrachtet.³⁷

Wettbewerbsrechtlich gesehen wäre es eine (eventuell auch vollzogene) Untersuchung wert, inwieweit sich der Buchmarkt bei Wegfall der Preisbindung und Eingliederung in den freien Markt und Wettbewerb verändert, ob die heraufbeschworenen Gefahren der Verfechter einträfen, ob sich die Situation des Händlernetzes rapide verändern würde, ob Qualität und Titelvielfalt abnehmen und ob dies wirklich negative Auswirkungen auf den Buchkonsum und die einzelnen Teilnehmerrenten hätte.

Jedoch ist die Situation nach dem Jahre 2002 zugunsten der Buchpreisbindung vom Gesetzgeber entschieden worden und die angeblich negativen Seiten (Händlerkartelle, Herstellerkartelle, Monopolrenten) scheinen bei gesetzlicher Bestimmung auch keinen so hohen Stellenwert mehr einnehmen zu können. Also kann das die einfachste Lösung des Problems gewesen sein, indem man sich nicht den Gefahren des wettbewerblichen Buchmarktes stellte. Aber der Versuch ist trotz alledem interessant.

Deshalb sollen jetzt unter Punkt 4 die Konsequenzen eines möglichen Preisbindungswegfalls für die einzelnen Vertriebswege untersucht werden:

4. STRUKTURVERÄNDERUNGEN DER VERTRIEBSWEGE

Grundlegend für diese Betrachtungen ist die ökonomische Analyse von Rürüp/Klopfleisch/Stumpp³⁸ in Hinblick auf verschiedene Vertriebswege. Die Einteilung – in

³⁶ Grundrechte; Artikel 5; Absatz 1: „Jeder hat das Recht, [...] sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten.“

(Deutscher Bundestag (Hrsg.): Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Textausgabe. Berlin 2002, S. 15.)

³⁷ Kurioserweise nähert sich der Buchwissenschaftler Preuß Neudorf auch sehr detailliert und kritisch der Buchpreisbindung auf ökonomischem Wege.

³⁸ Rürüp; Klopfleisch; Stumpp: Ökonomische Analyse, S. 175-183.

teilweise fließenden Grenzen – wird weitestgehend übernommen und die einzeln vorgetragenen Veränderungen dargelegt.

4.1. GROßE SORTIMENTSBUCHHANDLUNGEN

Bei gebundenen Preisen kann der Größenvorteil vor allem auf der Ebene des Qualitätswettbewerbs einsetzen (zusätzlicher Service, mehr und höher qualifiziertes Personal, umfangreiches Präsenzangebot, großzügige (technische) Ausstattung und Ladenfläche). Es kommt auch zu zunehmenden Personalkosten je Beschäftigtem und zunehmendem Lagerbestand bei steigendem Umsatz.³⁹

Ein weiteres Instrument der Größenvorteilsnutzung wäre bei Aufhebung der Preisbindung der Preiswettbewerb. Jedoch muss man immer die Umsatzzuwächse durch Preisreduzierung in Gegenüberstellung zum Umsatzverlust durch Serviceleistungsrücknahme setzen, denn es könnte auch zu Umsatzeinbußen kommen. Es wird sich zeigen, dass nur in einzelnen Buchmarktsegmenten – beispielsweise bei konkurrierendem (Populär-)Sachbuch- und Belletristikmarkt und bei Bestsellern – durch Preissenkungen Gewinne zu verzeichnen sind. In anderen Bereichen – wie Kinder- und Jugendbuch, Schul-, Lehr- und Fachbuch – werden sich die Preise bei abnehmendem Konkurrenzdruck bisweilen sogar erhöhen.

Anzahl der großen Sortimentsbuchhandlungen und deren vorrätigen Titeln, in allen Segmenten, wird sich erhöhen, was aber auch durch den Rückgang der Händlerdichte (siehe 4.2.) bedingt ist.

4.2. KLEINE SORTIMENTSBUCHHANDLUNGEN

Die geringe Einkaufsmacht der kleinen Buchhandlungen gegenüber den Verlagen wird in niedrigen Handelsspannen erkennbar sein und diese werden durch den Preiswettbewerb mit den anderen (vorzugsweise großen) Sortimentern noch mehr verringert.

Diesem Wettbewerbsdruck auf Preisebene können die Kleinsortimenter entweder mit Kostenreduktion – die bei fehlenden Größenvorteilen, geringen Personalkosten und gleichen Sortimentsbreiten kaum durchführbar sind –, Sortimentsüberprüfungen bei Titeln mit geringer Handelsspanne und Umschlaghäufigkeit – konkurrierende Belletristik und spezialisierte Sachbücher – oder Spezialisierung entgegentreten.

³⁹ Personalkostenanteile am Umsatz bei Betrieben mit x Beschäftigten (in Prozent):
x=2-3: 16,3; x=4-5: 19,3; x=6-10: 20,3; x=11-20: 20,9
(Börsenverein: Buch und Buchhandel in Zahlen 2003, S. 37)

Bestseller werden trotz rückgängiger Preise wegen der hohen Umschlagshäufigkeit weiterhin im Bestand bleiben.

Man kann aber sein Sortiment auch spezialisieren, um ein sachliches Monopol zu errichten oder Nischen auszufüllen. Somit bilden hauptsächlich Fachbücher das Sortiment; entsprechendes Ambiente oder kompetenter Service erhöhen das Qualitätsmerkmal der Buchhandlung. Spezialisierungen werden häufig auftreten.

Im Allgemeinen bleibt aber zu sagen, dass es auf dem Gebiet der kleinen Sortimenter gehäuft zu Marktaustritten, aufgrund des zusätzlichen Wettbewerbsdrucks, kommen wird.

4.3. WARENHAUSBUCHHANDLUNGEN

Bei dieser Verkaufsstelle ist keine große Veränderung durch die Preisbindungsaufhebung zu erwarten, da schon jetzt Warenhauskonzerne eine hohe Verhandlungsmacht gegenüber den Verlagen besitzen, welche kaum noch ausgebaut werden kann. Außerdem wird nur zu einem geringen Teil von der Abnahme der kleinen Sortimenter profitiert werden können, da sich das Kaufverhalten der Konsumenten unterscheidet.⁴⁰

In mengenwirksamen Buchbereichen sind Preissenkungen – aufgrund des Wettbewerbs zwischen den Verlagen und der Verkaufspreise nahe den Grenzkosten der Verlage und Händler – eigentlich nur durch Verringerung der Handelsspanne möglich.

Andererseits ist davon auszugehen, dass bei weit verzweigten Warenhäusern überregionale Werbekampagnen einsetzen, die mitunter Titel mit Markencharakter als Lockvogelangebote kennzeichnen können.

4.4. SONSTIGE

(1) Fachgeschäfte

Fachgeschäfte erweitern ihr Sortiment auf Bücher, um ihr Angebot für den (Fach-)Kunden abzurunden. Da die Auflagen der speziellen – auf den Leserkreis bezogen – Titel höchstwahrscheinlich schrumpfen, werden sich die Buchpreise in diesem Segment erhöhen.

(2) Lebensmitteldiscounter

Für den hier vorgenommenen Verkauf wird die Preissensibilität der Kunden wichtig sein, die nebenbei – als zusätzlich erschlossene Konsumentengruppe – zum (in großen Mengen eingekauften, vielleicht extra aufgelegten, nicht preisgebundenen, eventuell qualitativ

⁴⁰ An Warenhauskonsumenten ohne bestimmte Kaufabsichten richtet sich auch die Buchhandlung, indem weitestgehend Bestseller und populäre Titel aus Sachbuch, Belletristik und Kinder-/Jugendbuch angeboten werden.
(Rürüp; Klopffleisch; Stumpp: Ökonomische Analyse, S. 179)

minderwertigen) Buch aus dem Belletristik-/Sachbuchbereich greifen, das nicht in Konkurrenz zu anderen Titeln des Sortimentsbuchhandels steht.

Die jetzt schon niedrigen Preise wird die Bindungsaufhebung kaum verändern, lediglich die Anzahl der Verkaufsstellen kann zunehmen.

4.5. VERSAND- & VERLAGSBUCHHANDEL

Vor allem in ländlichem, d.h. strukturschwachem Gebiet, wo kleine Sortimenter die Buchnachfrage weitestgehend abdecken, kann der Versandbuchhandel durch niedrigere Preise und größeres Sortiment die Nachfrage nicht erklärungsbedürftiger Produkte und Schulbücher auf sich lenken, da die Finanzierung von Verkaufsräumen entfällt und durch Spezialisierung und gezielter Werbung für die jeweilige Kundengruppe neue Vertriebsformen voranschreiten. Lediglich in den mengenwirksamen Segmenten (Besteller, Sachbuch, konkurrierende Belletristik, Kinder-/Jugendbuch) werden durch höhere Informations- und Transportkosten kaum Vorteile gegenüber billigen Ladenketten denkbar sein.

4.6. LADENKETTEN

Darunter werden Unternehmen geführt, die in mehr als zehn Filialen eine geführte Titelzahl von 30.000 besitzen. Die Größenvorteile liegen besonders in der Einkaufsmacht gegenüber Verlagen, im in allen Geschäften gleichen Sortiment und in den überregionalen Werbemöglichkeiten, die dann auch auf Preisebene vollzogen werden können. Vor allem muss ein Verdrängungswettkampf vorrangig auf der Preis-, als auf der Serviceplattform angestrebt werden. Zur Umsatzsteigerung müssen in erster Linie schnellverkäufliche Artikel der Populärliteratur (durch Kenntnis der Konsumentenpräferenzen) mit der Preissenkung versehen werden. Damit werden Ladenketten für Verlage interessant, die bis dato mit dem kleinen Sortimenter verbunden waren. Durch den Kundenzuspruch und die Gunst der Hersteller besteht dann die Möglichkeit das Angebot um qualitativ hochwertigere Titel zu niedrigen Preisen im Sortiment zu festigen.

Weiterhin werden die Ladenketten auch von der Minimierung des kleinen Buchhandels profitieren, indem sie deren Geschäftsräume in stark frequentierten Innenstädten übernehmen.

5. ERGEBNIS

Abschließend bleibt zu sagen, dass bei einer solchen Analyse davon auszugehen ist, dass nur ein geringer Teil der ökonomischen Umgebung in die Bewertung und das Modell der Abschaffung der Buchpreisbindung einfließen konnte.

Zu erkennen war aber, dass sich ein Wegfall der Bindung in verschiedenen Stadien auf den Buchmarkt auswirken wird: So wird eine Kurzfristprognose in weiten Teilen negativ ausfallen und die gesamtwirtschaftliche Effizienz geschwächt. Längerfristig kann man aber wohl behaupten, dass sich Strukturen herausbilden werden, die eine gesamtwirtschaftliche Effizienzsteigerung mit sich bringen. Dies könnte dann hauptsächlich auf dem Gebiet populärer Literatur (Erzielung von Monopolgewinnen) zu Ungunsten der „unpopulären“ Bücher geschehen, und dies wiederum wird vor allem den großen Sortimentern (umfassendes Titelangebot und entsprechender Service), den Versandbuchhandlungen (entweder Spezial- oder Billiganbieter) und den Discountern (aggressiver Preiswettbewerb) zugute kommen. Auf Seiten der Verlage wird es zu Sortimentsbereinigungen, Konzentrationen und neuen Vertriebswegen kommen.

6. SCHLUSS

Um sich von dem „Modell“ wieder entfernen zu können, bleibt zu sagen, dass die Bundesregierung mit ihrem neuen Gesetz eine Entscheidung für die Buchpreisbindung getroffen hat, die die vorherige Schwebesituation relativiert hat, da man durch die gesetzlich festgelegte Verbindlichkeit der aufgedruckten Ladenpreise den negativen Seiten der Preisbindung entgegentreten kann. Weiterhin bleibt es wünschenswert, Umverteilungen zur Förderung anderer Literaturbereiche zu realisieren. Der Gesetzgeber verfolgt damit die Sicherstellung des breiten Angebots für die Bevölkerung und die Existenz der großen Anzahl an Verkaufsstellen.

Somit bleibt festzustellen, dass in naher Zukunft keine Alternative zur Preisbindung am deutschen Buchmarkt besteht, zumal dieses Gesetz in Zeiten der Europäisierung der Legislative entstand.

Für Bibliotheken bietet die Preisbindung nicht nur die Möglichkeit gesetzlich genehmigter Nachlässe, sondern auch ein breites Buchangebot mit langer Verfügbarkeit, hohem Informationsgehalt und schneller Lieferung. Sie müssen keine Preisvergleiche und Ausschreibungen durchführen, was keinen höheren personellen Aufwand bedeutet.

7. ANHANG

Das Buchpreisbindungsgesetz vom 1.10.2002⁴¹

BuchPrG § 1 Zweck des Gesetzes

Das Gesetz dient dem Schutz des Kulturgutes Buch. Die Festsetzung verbindlicher Preise beim Verkauf an Letztabnehmer sichert den Erhalt eines breiten Buchangebots. Das Gesetz gewährleistet zugleich, dass dieses Angebot für eine breite Öffentlichkeit zugänglich ist, indem es die Existenz einer großen Zahl von Verkaufsstellen fördert.

BuchPrG § 2 Anwendungsbereich

(1) Bücher im Sinne dieses Gesetzes sind auch

1. Musiknoten,
2. kartographische Produkte,
3. Produkte, die Bücher, Musiknoten oder kartographische Produkte reproduzieren oder substituieren und bei Würdigung der Gesamtumstände als überwiegend verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind sowie
4. kombinierte Objekte, bei denen eines der genannten Erzeugnisse die Hauptsache bildet.

(2) Fremdsprachige Bücher fallen nur dann unter dieses Gesetz, wenn sie überwiegend für den Absatz in Deutschland bestimmt sind.

(3) Letztabnehmer im Sinne dieses Gesetzes ist, wer Bücher zu anderen Zwecken als dem Weiterverkauf erwirbt.

BuchPrG § 3 Preisbindung

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

BuchPrG § 4 Grenzüberschreitende Verkäufe

(1) Die Preisbindung gilt nicht für grenzüberschreitende Verkäufe innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraumes.

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

⁴¹ <http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/buchprg/index.html> (Stand: 8.3.2004)

BuchPrG § 5 Preisfestsetzung

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

(2) Wer Bücher importiert, darf zur Festsetzung des Endpreises den vom Verleger des Verlagsstaates für Deutschland empfohlenen Letztabnehmerpreis einschließlich der in Deutschland jeweils geltenden Mehrwertsteuer nicht unterschreiten. Hat der Verleger keinen Preis für Deutschland empfohlen, so darf der Importeur zur Festsetzung des Endpreises den für den Verlagsstaat festgesetzten oder empfohlenen Nettopreis des Verlegers für Endabnehmer zuzüglich der in Deutschland jeweils geltenden Mehrwertsteuer nicht unterschreiten.

(3) Wer als Importeur Bücher in einem Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum zu einem von den üblichen Einkaufspreisen im Einkaufsstaat abweichenden niedrigeren Einkaufspreis kauft, kann den gemäß Absatz 2 festzulegenden Endpreis in dem Verhältnis herabsetzen, wie es dem Verhältnis des erzielten Handelsvorteils zu den üblichen Einkaufspreisen im Einkaufsstaat entspricht; dabei gelten branchentypische Mengennachlässe und entsprechende Verkaufskonditionen als Bestandteile der üblichen Einkaufspreise.

(4) Verleger oder Importeure können folgende Endpreise festsetzen:

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

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

BuchPrG § 6 Vertrieb

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

(2) Verlage dürfen branchenfremde Händler nicht zu niedrigeren Preisen oder günstigeren Konditionen beliefern als den Buchhandel.

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

BuchPrG § 7 Ausnahmen

(1) § 3 gilt nicht beim Verkauf von Büchern

1. an Verleger oder Importeure von Büchern, Buchhändler oder deren Angestellte und feste Mitarbeiter für deren Eigenbedarf,
2. an Autoren selbständiger Publikationen eines Verlages für deren Eigenbedarf,
3. an Lehrer zum Zwecke der Prüfung einer Verwendung im Unterricht,
4. als Mängel Exemplare, die verschmutzt oder beschädigt sind oder einen sonstigen Fehler aufweisen.

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

(3) Bei Sammelbestellungen von Büchern für den Schulunterricht, die überwiegend von der öffentlichen Hand finanziert werden, gewähren die Verkäufer folgende Nachlässe:

1. bei einem Auftrag im Gesamtwert bis zu 25.000 Euro für Titel mit
 - mehr als 10 Stück 8 Prozent Nachlass,
 - mehr als 25 Stück 10 Prozent Nachlass,
 - mehr als 100 Stück 12 Prozent Nachlass,
 - mehr als 500 Stück 13 Prozent Nachlass,
2. bei einem Auftrag im Gesamtwert von mehr als
 - 25.000 Euro 13 Prozent Nachlass,
 - 38.000 Euro 14 Prozent Nachlass,
 - 50.000 Euro 15 Prozent Nachlass.

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

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

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

BuchPrG § 8 Dauer der Preisbindung

(1) Verleger und Importeure sind berechtigt, durch Veröffentlichung in geeigneter Weise die Preisbindung für Bücher zu beenden, die zu einer vor mindestens 18 Monaten hergestellten Druckauflage gehören.

(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.

BuchPrG § 9 Schadensersatz- und Unterlassungsansprüche

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

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

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

Artikel 4 der Richtlinie 98/27/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Mai 1998 über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen (ABl. EG Nr. L 166 S. 51) in der jeweils geltenden Fassung eingetragen sind.

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

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

BuchPrG § 10 Bucheinsicht

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

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

BuchPrG § 11 Übergangsvorschrift

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

7. QUELLENANGABE

- 1 Hans Franzen; Dieter Wallenfels; Christian Russ: Preisbindungsgesetz. Die Preisbindung des Buchhandels. 4., völlig neu bearbeitete Auflage. München 2002.
- 2 Hans Franzen: Die Preisbindung des Buchhandels. 3., nochmals erweiterte und neugefaßte Auflage. München 1987.
- 3 Regina Goldschmitt: Grenzüberschreitende Buchpreisbindung und internationaler Buchmarkt. Mit einem Geleitwort von D. Wallenfels. Wiesbaden 2000.
- 4 Julia Holterhoff; Martina Kassner: Buchpreisbindung in der EU. Köln 2000. (Kölner Arbeitspapiere zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft; 27)
- 5 Stephan Füssel: Die Preisbindung für Bücher aus kulturhistorischer Sicht. In: Ulrich Everling; Bert Rürüp; Stephan Füssel: Die Buchpreisbindung. aus europarechtlicher, ökonomischer und kulturhistorischer Sicht. Frankfurt am Main 1997, S. 89-102.
- 6 Bert Rürüp: Die Buchpreisbindung im Lichte der ökonomischen Analyse. In: Ulrich Everling; Bert Rürüp; Stephan Füssel: Die Buchpreisbindung. aus europarechtlicher, ökonomischer und kulturhistorischer Sicht. Frankfurt am Main 1997, S. 61-87.
- 7 Bert Rürüp; Roland Klopffleisch; Henning Stumpp: Ökonomische Analyse der Buchpreisbindung. Frankfurt am Main 1997.
- 8 Börsenverein des deutschen Buchhandels e.V. (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen 2003. Frankfurt am Main 2003.
- 9 Achim Preuß Neudorf: Preisbindung und Wettbewerb auf dem deutschen Buchmarkt. Eine Analyse der Wettbewerbssituation unter Berücksichtigung der besonderen Merkmale des Buchmarktes und ihres Einflusses auf Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnis. Köln 1999.
(zugl.: Mainz, Univ., Diss., 1998)
- 10 Thomas Richter: Die Aufhebung der Preisbindung für Bücher. Fallbeispiel Schweden. Wiesbaden 1995. (Mainzer Studien zur Buchwissenschaft; 3)
(zugl.: Mainz, Univ. Diss., 1994/95)
- 11 Deutscher Bundestag (Hrsg.): Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland. Textausgabe. Berlin 2002.
- 12 Thomas Kaufmann: Probleme der Buchpreisbindung nach europäischem Kartellrecht. Rede vor der Europäischen Kommission gegen die Preisbindung am 29.1.1998.
http://europa.eu.int/comm/competition/speeches/text/sp1998_013_de.html
(Stand: 24.2.04)
- 13 Birgit Menche: Alle Bücher haben feste Preise. 19.12.2002.
In: <http://www.boersenblatt.net> (Stand: 23.2.2004)
- 14 <http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/buchprg/index.html> (Stand: 8.3.2004)