

Amazon verstößt mit Gutschein-Aktion gegen Buchpreisbindungsgesetz

Bundesgerichtshof

Urteil vom 23.07.2015

Az.: I ZR 83/14

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 23. Juli 2015 durch den Vorsitzenden Richter ..., die Richter ..., ..., ... und ...

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 11. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Frankfurt am Main vom 28. Januar 2014 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger ist der Börsenverein des Deutschen Buchhandels. Die Beklagte verkauft über ihre Webseite [www. .de](http://www.www.de) Waren aller Art im Internet, darunter auch in Deutschland preisgebundene Bücher.

Über das auf der Webseite der Beklagten angebotene „Trade-in-Programm“ können Kunden gebrauchte Bücher an die Beklagte verkaufen. Sie erhalten dafür einen Wertgutschein, der ihrem Kundenkonto gutgeschrieben wird und mit dem sie beliebige Waren aus dem Sortiment der Beklagten kaufen können. Über die Webseite der Beklagten ist eine Datenbank abrufbar, aus der die Buchtitel, die über das „Trade-in-Programm“ angekauft werden, die für einen Ankauf an das äußere Erscheinungsbild

der gebrauchten Bücher gestellten Anforderungen sowie die jeweiligen Ankaufspreise ersichtlich sind, die die Beklagte zu zahlen bereit ist.

Während einer Werbeaktion vom 27. Dezember 2011 bis 8. Januar 2012 schrieb die Beklagte Kunden, die ihr mindestens zwei Bücher gleichzeitig zum Kauf angeboten hatten, zusätzlich zum angegebenen Ankaufspreis einen Gutschein über 5 € auf dem Kundenkonto gut. Auch dieser Gutschein konnte auf der Webseite der Beklagten zum Erwerb beliebiger Produkte einschließlich preisgebundener Bücher eingesetzt werden.

Der Kläger sieht in der Anrechnung der im Rahmen der Werbeaktion für das „Trade-in-Programm“ ausgegebenen 5 €-Gutscheine auf den Kauf preisgebundener Bücher einen Verstoß gegen die Buchpreisbindung. Er hat beantragt, der Beklagten zu untersagen,

beim Verkauf von verlagsneuen Büchern an Letztabnehmer Gutscheine, die die Beklagte zuvor selbst an ihre Kunden ausgegeben hat, auf den Kaufpreis in Form des gebundenen Ladenpreises anzurechnen, soweit zusätzlich zu den für den Ankauf von Büchern gewährten Gutscheinen ein „Extrabonus“ in Höhe von 5 € angerechnet wird, wie geschehen in dem nachfolgend wiedergegebenen Angebot:

[Abbildung]

[Abbildung]

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Das Berufungsgericht hat ihr stattgegeben (OLG Frankfurt am Main, GRUR 2014, 890). Mit ihrer vom Berufungsgericht zugelassenen Revision, deren Zurückweisung der Kläger beantragt, erstrebt die Beklagte die Wiederherstellung des erstinstanzlichen Urteils.

Entscheidungsgründe

A. Das Berufungsgericht hat den Unterlassungsanspruch als aus

§ 9 Abs. 1 und 2 Nr. 2, §§ 3, 5 BuchPrG begründet erachtet und dazu ausgeführt:

Die Beklagte gewähre einen unzulässigen Preisnachlass auf den nach § 5 BuchPrG festgesetzten Preis, weil die bei der Werbeaktion für Trade-in-Geschäfte ausgegebenen Gutscheine auch bei einem späteren Kauf preisgebundener Bücher eingelöst werden könnten. Anders als bei einem vorab bezahlten Geschenkgutschein, bei dem der Buchhändler den Gegenwert des Gutscheins bereits vor Abschluss des Kaufvertrags über das preisgebundene Buch mit dem Beschenkten erhalten habe, stehe dem Bonus-Gutschein hier keine entsprechende Gegenleistung an den Verkäufer gegenüber. Damit die Beklagte stets den gebundenen Ladenpreis erhalte, müsse der Anrechnung des Gutscheins in jedem Einzelfall eine konkrete, dem Gutscheinwert exakt äquivalente Einsparung gegenüberstehen. Die Beklagte habe aber nicht dargelegt, dass sie bei Einlieferung von mindestens zwei gebrauchten Büchern in jedem Einzelfall eine Gegenleistung in Höhe von 5 € erlange. Zwar möge sich der Verwaltungsaufwand der Beklagten verringern, wenn nur ein Vorgang angelegt und bearbeitet werden müsse. Konkrete Zahlen, anhand deren sich der wirtschaftliche Wert der verringerten Transaktionskosten objektiv feststellen ließe, habe die Beklagte aber nicht genannt. Es sei deshalb nicht nachvollziehbar, dass sie bei jedem einzelnen Ankaufsgeschäft einen dem exakten Gutscheinwert von 5 € entsprechenden Gegenwert erhalte. Zudem sei der Bonus-Gutschein auch ausgegeben worden, wenn zwei Bücher eingeliefert worden seien, von denen jedoch nur eines von der Beklagten angekauft worden sei.

§ 3 BuchPrG schließe eine Quersubventionierung der Bonus-Gutscheine durch auf die Gesamtheit der Teilnehmer bezogene Effizienzgewinne aus, die sich aus Einsparungen aufgrund gesunkener Transaktionskosten bei gleichzeitiger Einlieferung mehrerer Bücher ergäben. Der beim Trade-in-Geschäft erworbene Wertgutschein sei ein geldwerter Vorteil, der sich erst bei

seiner späteren Einlösung für eine nachfolgende Bestellung realisiere. Deshalb gehe die Auffassung der Beklagten fehl, der im Gutschein verkörperte wirtschaftliche Wert sei dem Kunden bereits im Rahmen des Erstgeschäfts vollständig zugeflossen, so dass es keinen Preisnachlass darstelle, wenn der Gutschein später bei einem Buchkauf eingelöst werde.

B. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg. Das Berufungsgericht hat zu Recht angenommen, dass die Unterlassungsklage des Klägers gemäß § 9 Abs. 1 Satz 1 BuchPrG begründet ist, weil die Einlösung der von der Beklagten bei Trade-in-Geschäften im Rahmen der beanstandeten Werbeaktion ausgegebenen Bonus-Gutscheine gegen §§ 3, 5 BuchPrG verstößt.

I. Soweit die Beklagte neue Bücher an Letztabnehmer verkauft, ist sie nach § 3 Satz 1 BuchPrG verpflichtet, die nach § 5 BuchPrG von den Verlagen festgesetzten Preise einzuhalten.

Ein Verstoß gegen die Preisbindung liegt vor, wenn ein Händler beim Verkauf nicht preisgebundener Ware für den Kunden kostenlose Gutscheine zum verbilligten Erwerb preisgebundener Bücher ausgibt. Der Buchhändler erhält in diesem Fall für den Verkauf neuer Bücher im Ergebnis ein geringeres Entgelt als den gebundenen Preis (vgl. OLG Frankfurt, Urteil vom 20. Juli 2004 11 U 15/04 [Kart], juris). Können solche Gutscheine auch anderweitig eingesetzt werden, ändert das 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.

Der Zweck der Buchpreisbindung, durch Festsetzung verbindlicher Preise beim Verkauf an Letztabnehmer ein umfangreiches, der breiten Öffentlichkeit zugängliches Buchangebot in einer großen Zahl von Verkaufsstellen zu sichern (§ 1 BuchPrG), kann nur erreicht werden, wenn

Unterschreitungen des gebundenen Preises wirksam verhindert werden. Deshalb ist es unerheblich, dass im vorliegenden Fall Gutscheinausgabe und Buchverkauf zwei selbständige Rechtsgeschäfte sind und der Bezug zwischen dem Gutschein und dem Verkauf eines preisgebundenen Buches erst durch eine spätere autonome Entscheidung des Kunden hergestellt wird, nachdem er bereits den Gutschein erhalten hat (zur gebotenen wirtschaftlichen Gesamtbetrachtung bei der Prüfung von Preisbindungsverstößen vgl. BGH, Urteil vom 9. September 2010 I ZR 193/07, GRUR 2010, 1136 Rn. 19 = WRP 2010, 1482 UNSER DANKE-SCHÖN FÜR SIE; Urteil vom 8. Mai 2013 I ZR 98/12, GRUR 2013, 1264 Rn. 14 = WRP 2013, 1264 – Rezeptbonus [jeweils zur Arzneimittelpreisbindung]; aA im Zusammenhang mit der Buchpreisbindung OLG Stuttgart, WRP 2011, 366, 371; Langen/Bunte/Bahr, GWB, 12. Aufl., nach § 30 GWB, § 3 BuchPrG Rn. 1; kritisch dazu Deichfuß, jurisPR-WettbR 1/2011, Anm. 4 unter C.). Wirtschaftlich ohne Bedeutung und daher unerheblich ist, ob ein später für den Kauf preisgebundener Ware eingesetzter Gutschein vom Kunden zuvor durch ein Kaufoder ein Verkaufsgeschäft erworben worden ist.

II. Nach diesen Grundsätzen hat das Berufungsgericht im Streitfall im Ergebnis zu Recht einen Verstoß der Beklagten gegen die Preisbindung angenommen, soweit Kunden im Rahmen der Werbeaktion für Trade-in-Geschäfte erworbene Bonus-Gutscheine zum Erwerb preisgebundener Bücher bei der Beklagten einsetzen konnten.

1. Der Klageantrag ist beschränkt auf die Verletzungsform einer Anrechnung der bei der konkret bezeichneten Werbeaktion an Letztabnehmer ausgegebenen Gutscheine beim Kauf preisgebundener Bücher.

Das Berufungsgericht hat zutreffend ausgeführt, dass das nach diesem Antrag gegen die Beklagte ausgesprochene Verbot nicht deren unternehmerische Freiheit bei der Bestimmung der Konditionen für den Ankauf gebrauchter Bücher beschränkt. Der Ankauf gebrauchter Bücher unterliegt nicht der

Buchpreisbindung, weil nach § 3 BuchPrG lediglich der Verkauf neuer Bücher zum gebundenen Preis erfolgen muss. Beim Ankauf gebrauchter Bücher ist es der Beklagten unbenommen, im Rahmen von Sonderaktionen Bonus-Gutscheine auszugeben, solange darin kein Preisnachlass für einen späteren Kauf neuer Bücher bei der Beklagten liegt. Das kann gewährleistet werden, indem eine Verwendung des Gutscheins für den Erwerb preisgebundener Bücher ausgeschlossen wird.

2. Die Beklagte hat mit der beanstandeten Werbeaktion gegen § 3 BuchPrG verstoßen, weil sie Gutscheine, die zum Erwerb preisgebundener Bücher eingesetzt werden konnten, an Letztverbraucher abgegeben hat, ohne dass ihr bei der Abgabe des Gutscheins eine entsprechende Gegenleistung der Kunden zugeflossen ist.

a) Entgegen der Ansicht der Revision ist die beanstandete Werbeaktion nicht mit Fallgruppen vergleichbar, in denen ein Preisbindungsverstoß zu verneinen ist.

aa) In der Entscheidung „Buchbeteiligungszertifikate“ (Urteil vom 12. November 1974 I ZR 111/73, GRUR 1975, 203) hat der Senat einen Verstoß gegen das damals geltende Rabattgesetz verneint, wenn treuhänderisch an einem Buchhandelsunternehmen beteiligten Kunden nach Ablauf eines Geschäftsjahres eine umsatzbezogene Gewinnausschüttung gewährt wurde. Abgesehen von anderen wesentlichen Unterschieden ist dieser Sachverhalt schon deshalb nicht mit der vorliegenden Konstellation vergleichbar, weil dort die jährliche Gewinnausschüttung wirtschaftlich und rechtlich von den einzelnen Kaufgeschäften über Bücher gelöst war, während im Streitfall der Einsatz des Gutscheins im Zusammenhang mit dem konkreten Erwerb bestimmter preisgebundener Bücher beanstandet wird.

bb) Buchhandlungen dürfen Geschenkgutscheine verkaufen, mit denen vom Käufer beschenkte Dritte neue Bücher unter Anrechnung des Gutscheinwerts günstiger erwerben können. Dieser Fall weist mit dem Streitfall zwar insofern

Gemeinsamkeiten auf, als auch dort der in dem Gutschein verkörperte Vorteil im Zusammenhang mit dem Erwerb eines konkreten Buches erst aufgrund einer autonomen Entscheidung des beschenkten Gutscheininhabers realisiert wird, die sich auf ein vom Gutscheinerwerb getrenntes Rechtsgeschäft bezieht. Darauf kommt es aber nicht entscheidend an. Bei von ihm zum Nennwert verkauften Geschenkgutscheinen erhält der Buchhändler für das dem Beschenkten verschaffte Buch insgesamt den gebundenen Preis in Form des bereits zuvor vereinnahmten Kaufpreises für den Gutschein und der Zahlung eines etwaigen, nach Anrechnung des Gutscheins verbleibenden Differenzbetrags auf den gebundenen Preis durch den Beschenkten.

Das Berufungsgericht hat zutreffend ausgeführt, dass demgegenüber die beanstandete Ausgabe der Bonus-Gutscheine durch die Beklagte einen Verstoß gegen die Preisbindung darstellt, wenn die Gutscheine ohne entsprechende Gegenleistung des Kunden ausgegeben wurden und für den Erwerb preisgebundener Bücher eingesetzt werden können (vgl. OLG Frankfurt, Urteil vom 20. Juli 2004, juris Rn. 20; zur fehlenden Gegenleistung des Buchhändlers bei Einräumung eines Barzahlungsrabatts vgl. BGH, Urteil vom 24. Juni 2003 KZR 32/02, BGHZ 155, 189, 196 f. Buchpreisbindung).

b) Das Berufungsgericht hat zu Recht angenommen, dass es im Streitfall an einer dem Gutscheinwert von 5 € entsprechenden Gegenleistung der Kunden des Trade-in-Programms der Beklagten fehlt.

aa) Die Revision macht ohne Erfolg geltend, dass der Kunde bei Einsatz des Gutscheins für den Kauf neuer Bücher die Möglichkeit verliert, ihn mit demselben Wert für den Erwerb einer anderen Ware bei der Beklagten einzusetzen. Das Vermögen des Kunden wird zwar durch Einsatz des Gutscheins in entsprechender Höhe belastet, wenn der Vorteil aus dem Gutschein in einem Zweitgeschäft realisiert wird. Darauf kommt es bei der Prüfung, ob ein Verstoß gegen die Preisbindung vorliegt, aber nicht an. 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.

bb) Nimmt man das Vermögen der Beklagten in den Blick, so wird sie durch den Kauf eines preisgebundenen Buches unter Anrechnung des Gutscheins von ihrer mit Ausgabe des Gutscheins gegenüber dem Kunden des Trade-in-Programms übernommenen Verpflichtung befreit. Sie erhält gleichwohl für den Verkauf des preisgebundenen Buches insgesamt nicht den gebundenen Preis, wenn ihr für die Ausgabe des Gutscheins keine entsprechende Gegenleistung zugeflossen ist. Bei dieser Betrachtung werden Erst- und Zweitgeschäft entgegen der Ansicht der Revision nicht in einer die Buchpreisbindung in unzulässiger Weise ausdehnenden Weise als Einheit betrachtet, sondern es wird allein geprüft, ob die Beklagte beim Buchverkauf ihre aus § 3 BuchPrG folgende Verpflichtung erfüllt hat, den gebundenen Preis in voller Höhe zu berechnen.

cc) Die Revision hat geltend gemacht, die Beklagte erhalte für den Gutschein im Wert von 5 € einen angemessenen Gegenwert in Form ersparter Transaktionskosten. Beim Einkauf mehrerer Waren steige der für jedes einzelne Produkt kalkulierte Vorteil der Beklagten, weil geringere Transaktionskosten für Prüfung und Ankauf entstünden, wenn nur ein Vorgang angelegt und bearbeitet werden müsse. Das Berufungsgericht hat jedoch zutreffend ausgeführt, dass es § 3 BuchPrG nicht zulässt, den Vorteil der Beklagten bei den Transaktionskosten für jedes von der Gutscheinaktion erfasste Trade-in-Geschäft pauschal mit 5 € anzusetzen.

(1) Ohne Erfolg macht die Beklagte geltend, die von ihr angewandte Pauschalierung sei nicht zu beanstanden, weil es preisbindungsrechtlich zulässig sei, beim Vertrieb von Büchern über Büchertische in Kirchen und Kindergärten einen pauschalen Ausgleich für die hierdurch entstehenden Aufwendungen in Höhe

von 10% des dabei getätigten Umsatzes zu bezahlen (vgl. Wallenfels/Russ, BuchPrG, 6. Aufl., § 7 Rn. 40). Die Gutscheinaktion der Beklagten ist mit dem Vertrieb über Büchertische in Kirchen und Kindergärten schon deshalb nicht vergleichbar, weil sie nicht im Sinne von § 7 Abs. 4 Nr. 4 BuchPrG handelsüblich ist.

(2) Entgegen der Ansicht der Revision ist die Beklagte auch nicht im Hinblick auf die Senatsentscheidung „Spitzensportler-Nachlass“ (Urteil vom 4. November 1977 I ZR 24/76, GRUR 1978, 375, 376 = WRP 1978, 442) befugt, den ihr durch mehrfache Ankäufe entstandenen Vorteil unabhängig von der Höhe der tatsächlich ersparten Transaktionskosten pauschal zu bewerten. Gegenstand jener unter Geltung des Rabattgesetzes ergangenen Entscheidung war der Verkauf eines Kraftwagens mit einem 3% übersteigenden Preisnachlass an eine Spitzensportlerin, die sich verpflichtet hatte, das Fahrzeug mindestens ein halbes Jahr zu behalten und dem Verkäufer einige Fotografien zu Werbezwecken zu überlassen, die die Käuferin in Sportkleidung mit dem Wagen zeigten. Der Senat hat in jenem Fall die Beurteilung des Berufungsgerichts gebilligt, die Vereinbarung des Sonderpreises sei im Hinblick auf die übernommene Gegenleistung rabattrechtlich zulässig. Für diese Beurteilung war maßgeblich, dass der Hersteller des in Rede stehenden Kraftfahrzeugs zu Werbezwecken ein besonderes Interesse an Verkäufen an Spitzensportler hatte und über einen längeren Zeitraum entsprechende oder sogar höhere Preiszuschüsse für Spitzensportler ausgezahlt worden waren. Im vorliegenden Fall konnte das Berufungsgericht dagegen nicht die Überzeugung gewinnen, dass pauschal 5 € eine marktübliche und angemessene Gegenleistung für Transaktionskostenvorteile bei Einlieferung mehrerer Bücher im Rahmen eines Trade-in-Geschäfts sind.

(3) Soweit die Revision geltend macht, die Beklagte habe mit der Gutscheinausgabe in erster Linie einen Werbeerfolg für ihr Trade-in-Geschäft erreichen wollen, enthebt sie dies nicht von der Notwendigkeit, den Erhalt eines dem Gutscheinvwert

entsprechenden Vorteils darzulegen, wenn der Gutschein für den Ankauf preisgebundener Bücher verwendet werden konnte.

dd) Das Berufungsgericht hat angenommen, eine Anrechnung des Gutscheinwerts auf den Kauf preisgebundener Bücher sei preisbindungsrechtlich nur zulässig, soweit die konkrete Einsparung der Beklagten bei der Einlieferung mehrerer gebrauchter Bücher in jedem Einzelfall exakt dem Bonus-Gutscheinwert in Höhe von 5 € entspreche. Die Revision macht zu Recht geltend, dass das Berufungsgericht damit die an die Gutscheinaktion der Beklagten zu stellenden Anforderungen überspannt hat.

Es trifft zu, dass der vom Berufungsgericht geforderte exakte Nachweis in jedem Einzelfall nicht erbracht werden kann. Das folgt aus der Unterschiedlichkeit denkbarer Fallkonstellationen sowie der Ungewissheit über die Anzahl der Teilnehmer der Sonderaktion und der jeweils gleichzeitig angebotenen Bücher. Auch wird die Qualität der durch die Kunden eingesandten Bücher sehr unterschiedlich sein. Die Ansicht des Berufungsgerichts führte daher dazu, dass die Beklagte eine Gutscheinaktion der vorliegenden Art von vornherein nur durchführen könnte, wenn die Verwendung der Gutscheine für den Kauf preisgebundener Bücher ausgeschlossen würde.

Damit wäre nicht mehr gewährleistet, dass die Beklagte mit ihrer Aktion auch die Kunden erreichen könnte, die gebrauchte Bücher einliefern, um dafür neue Bücher bei der Beklagten erwerben zu können. Die daraus folgende nicht unerhebliche Beschränkung der Beklagten in ihren Werbemöglichkeiten ist nach Sinn und Zweck des Buchpreisbindungsgesetzes nicht erforderlich und deshalb unverhältnismäßig. Maßstab für die Frage, ob der gebundene Preis beim Buchverkauf eingehalten worden ist, ist die Vermögenslage des Buchhändlers. Wie sich aus der Zulässigkeit von Geschenkgutscheinen für Bücher ergibt, muss der volle gebundene Preis dem Buchhändler jedoch nicht gleichzeitig mit der Übergabe des Buches an den

Buchkäufer zufließen. Vielmehr liegt auch dann kein Verstoß gegen die Preisbindung vor, wenn der Buchhändler den Gutscheinwert erhalten hat, bevor der Beschenkte dessen Verwendung im Hinblick auf den Erwerb eines bestimmten Buches konkretisiert hat. Ist das Vermögen des Buchhändlers insgesamt in einem Maße angewachsen, das dem Wert aller von ihm ausgegebenen Gutscheine entspricht, so führt die spätere Verwendung dieser Gutscheine nicht zu einem Verstoß gegen die Preisbindung.

Danach darf im Streitfall der Wert der Gutscheine beim Kauf preisgebundener Bücher angerechnet werden, wenn im Durchschnitt aller Ankaufsgeschäfte ein Transaktionskostenvorteil durch Einlieferung von zwei oder mehr Büchern in Höhe von mindestens 5 € entsteht. Führt die Abgabe preisgebundener Bücher unter Anrechnung des Gutscheinwerts im Vergleich zu einem Barverkauf ohne Gutscheinanrechnung zu keiner Vermögenseinbuße bei der Beklagten, so bestehen gegen eine Gutscheinaktion keine Bedenken im Hinblick auf die Buchpreisbindung. Sinn und Zweck der Buchpreisbindung gebieten nicht, die Beklagte in ihrer unternehmerischen Handlungsfreiheit bei der Entwicklung und dem Einsatz von Marketinginstrumenten beim Ankauf gebrauchter Bücher, der nicht der Buchpreisbindung unterliegt (§ 3 Satz 2 BuchPrG) zu beschränken.

ee) Obwohl das Berufungsgericht danach einen zu strengen Prüfungsmaßstab auf die Gutscheinaktion der Beklagten angewandt hat, erweist sich das Berufungsurteil aus anderen Gründen als richtig (§ 561 ZPO). Auf der Grundlage der insoweit nicht angegriffenen Feststellungen des Berufungsgerichts ist nicht erkennbar, dass ein Gutscheinwert von 5 € der Ersparnis entspricht, die die Beklagte im Rahmen ihrer Gutscheinaktion durchschnittlich bei der Einlieferung von zwei oder mehr gebrauchten Büchern erwarten konnte.

(1) Entgegen der Revisionserwiderung kommt es für die Frage, ob beim Verkauf eines neuen Buches der gebundene Preis

eingehalten worden ist, allerdings nicht auf die Auslegung einer Werbeaktion aus der Sicht der Kunden an, sondern darauf, ob für den Buchkauf tatsächlich ein entsprechendes Entgelt an den Buchhändler bezahlt wird. Insoweit ist von einem objektiven Maßstab auszugehen.

(2) Das Berufungsgericht hat angenommen, der gewählte Wert des von der Beklagten ausgegebenen Bonus-Gutscheins sei offensichtlich zu hoch gegriffen. Die Beklagte habe nicht nachvollziehbar und überprüfbar dargetan, dass sich bei einer Einlieferung von mindestens zwei gebrauchten Büchern in jedem Einzelfall ein Vorteil in Höhe von 5 € ergebe. Konkrete Zahlen, anhand deren sich der wirtschaftliche Wert verringerter Transaktionskosten für Prüfung und Ankauf bei Einlieferung von mindestens zwei Büchern nach objektiven Kriterien feststellen ließe, habe die Beklagte nicht genannt. Es hätten auch Kunden den Gutschein erhalten, bei denen von zwei oder mehr eingelieferten Büchern lediglich ein Buch zum Ankauf angenommen worden sei, obwohl die Beklagte für diese Fälle unstreitig gestellt habe, dass keine Effizienzgewinne erzielt worden seien. Danach sei davon auszugehen, dass die Beklagte letztlich die Bonus-Gutscheine jedenfalls zum Teil durch eigene Aufwendungen finanziert habe.

(3) Die Revision macht demgegenüber nicht geltend, die Beklagte habe die durchschnittlichen Effizienzgewinne bei Einlieferung von mindestens zwei gebrauchten Büchern dargelegt. Die Revision hat sich vielmehr allein auf die unternehmerische Handlungsfreiheit der Beklagten bei der Bestimmung der Ankaufskonditionen für gebrauchte Bücher und bei der Festlegung von Werbestrategien für das Trade-in-Geschäft berufen. Auf diese Betrachtungsweise kann sich die Beklagte jedoch nur zurückziehen, soweit die von ihr ausgegebenen Gutscheine nicht zum Ankauf preisgebundener Bücher verwendet werden dürfen. Lässt die Beklagte den Einsatz der Gutscheine für den Kauf neuer Bücher zu, so stellt sie damit einen Bezug zum preisgebundenen Buchverkauf her, der es

rechtfertigt, von ihr den Nachweis zu verlangen, eine dem Gutscheinwert entsprechende Gegenleistung erhalten zu haben.

(4) Entgegen der Ansicht der Revisionserwiderung sind Gutscheinaktionen der beanstandeten Art allerdings nicht bereits wegen des den Wettbewerb der Buchhändler beeinflussenden Werbeeffekts unzulässig. Die Buchpreisbindung will den Wettbewerb zwischen den Buchhändlern keineswegs insgesamt ausschließen. Allein der Preiswettbewerb beim Absatz neuer Bücher ist unzulässig. Gegen die Ausgabe von Gutscheinen, die zumindest auch zum Erwerb preisgebundener Bücher eingesetzt werden können, bestehen daher so lange keine Bedenken, wie der Ausgabe des Gutscheins ein entsprechender Gegenwert gegenübersteht.

c) Das Berufungsgericht hat somit im Ergebnis zu Recht angenommen, dass die Beklagte die beanstandeten Bonus-Gutscheine jedenfalls zum Teil durch eigene Aufwendungen finanziert, so dass der Kunde bei ihrem späteren Einsatz zum Kauf preisgebundener Bücher im wirtschaftlichen Ergebnis einen unzulässigen Rabatt auf den gebundenen Preis erhält. In der beanstandeten Form und ohne Darlegung einer jedenfalls durchschnittlich dem Gutscheinwert entsprechenden Ersparnis darf die Beklagte die Verwendung der Gutscheine nicht zum Erwerb neuer Bücher zulassen. Sie ist indes nicht gehindert, die beanstandete Werbeaktion mit einer solchen Verwendungsbeschränkung durchzuführen. Die sich daraus ergebende Beeinträchtigung ihrer unternehmerischen Freiheit ist Folge der gesetzlichen Preisbindung für Bücher, gegen die verfassungsrechtliche Bedenken weder von der Beklagten geltend gemacht worden noch sonst ersichtlich sind.

III. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

Vorinstanzen:

LG Wiesbaden, Entscheidung vom 16.08.2013 – 13 O 18/13 –

OLG Frankfurt am Main, Entscheidung vom 28.01.2014 – 11 U 93/13 –