



SAMMLUNG REGELN WBZ ./ VERLAGE
2019

Kann ein Händler des Werbenden Buch- und Zeitschriftenhandels (WBZ) einen Schadensersatzanspruch gegenüber einem Verlag geltend machen, der einen Zeitschriftentitel ohne längerfristige Vorankündigung einstellt? (Gutachten Prof. Nordemann, Januar 1994)

Diese Frage kann, die Ergebnisse des nachfolgenden Rechtsgutachtens vorweggenommen, wie folgt beantwortet werden;

Ja; allerdings ist der Anspruch begrenzt, auf den Zeitraum, für den der Verlag mindestens zur Weiterlieferung der Zeitschrift bei ordentlicher Kündigung verpflichtet gewesen wäre.

Ist es zulässig, dass Verlage innerhalb der sog. WBZ-Auflage Ihrer Zeitschriften schriftliche Freundschaftswerbung betreiben? (Gutachten Prof. Nordemann, Januar 1994)

Diese Frage kann, die Ergebnisse des nachfolgenden Rechtsgutachtens vorweggenommen, wie folgt beantwortet werden:

Nein, weil solche Werbung eine positive Vertragsverletzung darstellt und als Vertrauensbruch unlauter i.S.v. § I UWG ist.

KÜNDIGUNGSFRISTEN/KULANZFRISTEN/ HANDELSBRAUCH/ RECHTSNATUR DES VERTRAGES WBZ./VERLAG (Nannen-Urteil)

Diese Entscheidung war und blieb für Jahrzehnte von grundlegender Bedeutung für die Interpretation des Verhältnisses zwischen WBZ und Verlag, denn der BGH traf in der Entscheidung - unter Bezugnahme auf noch viel ältere Rechtsprechung des Reichsgerichts - grundlegende Aussagen über die Beschaffenheit dieses Verhältnisses. Es erschöpfe sich nicht in einer Verkettung einzelner auf die jeweiligen Abonnenten bezogener Kaufverträge; zugrunde liege vielmehr ein einheitlicher „Rahmenvertrag“. Dessen Inhalte und die daraus resultierenden beiderseitigen Schutz- und Obhutspflichten seien nach dem Handelsbrauch und der Verkehrssitte zu bestimmen*

(* siehe hierzu Aufstellung VERKEHRSSITTE ZWISCHEN BMD UND VERLAGEN aus: Entstehung und Entwicklung des werbenden Buch- und Zeitschriftenhandels, Dr. Klaus Prechelt, 1999)



Mit diesem Ansatz und den daraus abgeleiteten Folgerungen war das Nannen-Urteil eine, wenn nicht die Basis für die Bestimmung des weitestgehend ungeschriebenen Handelsbrauchs zwischen Verlagen und WBZ-Firmen. Auch wenn, wie gesagt, keine konkreten Aussagen über Kündigungsfristen getroffen sind, so findet doch z. B. die seit Jahrzehnten praktizierte 18 Monate betragende Karenzzeit für die Kündigung von Konditionen in diesem Nannen-Urteil ihre Grundlage.

Natürlich gilt es zu bedenken, dass die Entscheidung auf den Gegebenheiten und technischen Abläufe der 1960er Jahre basiert. Damals dominierte noch der Agenturvertrieb mit allen seinen spezifischen Besonderheiten. Diese Ausgangsbedingungen haben sich erheblich verändert, so dass man schwerlich prognostizieren kann, welche Ausdeutung ein höchstrichterliches Urteil heutzutage vornehmen würde.

VERTRAUENS - WKZ

Der Vertrauens-WKZ ist ein typisches Beispiel für einen gewachsenen ungeschriebenen Handelsbrauch im Verhältnis zwischen Verlagen und WBZ. Ursprünglich, d. h. zu Zeiten des damals noch vorherrschenden Agenturvertriebs wurde der vom Verlag gewährte WKZ gegen Vorlage des vom Abonnenten unterschriebenen Bestellscheins gezahlt, um die von diesem eingegangene Bezugsverpflichtung zu dokumentieren. Mit Aufkommen des Postvertriebs und des dabei stattfindenden Datenträgeraustauschs wurde die körperliche Vorlage der Bestellscheine verzichtbar; seither spricht man von Vertrauens-WKZ. Wenn das Abonnement vor Ablauf der zwischen Verlag und WBZler vereinbarten Haftungszeit zu Sprung geht, wird der WKZ zurückbelastet.

TOD DES ABONNENTEN

In der Regel praktizierten Verlage wie WBZ-Firmen in solchen Fällen Kulanzregelungen und beendeten das Abo - es sei denn, die Hinterbliebenen wünschten ausdrücklich die Fortsetzung des Bezugs. Doch vereinzelt gab immer mal wieder Fälle, in denen einzelne (meist selbstverwaltende) WBZ'ler hartnäckig auf Fortsetzung des Bezugsvertrags mit den Erben bestanden. Bei so gelagerten Beschwerden konnten wir aber eigentlich immer eine Kulanzregelung vermitteln.



AKTIVIERUNG VON BELIEFERUNGSRECHTEN AUS ABO-VERTRÄGEN ALS IMMATERIELLE WIRTSCHAFTSGÜTER (Bundesfinanzhof 1993)

Die Frage als solche ist im WBZ seit Jahrzehnten ein Dauerbrenner, wurde im Rahmen von Betriebsprüfungen immer wieder aufs Neue belebt. Im Grundsatz richtet sich die Aktivierung von Belieferungsrechten danach, ob die Belieferungsrechte originär geschaffen wurden – dann findet keine Aktivierung statt und die Werbekosten sind sofort und in voller Höhe als Betriebsausgaben absetzbar – oder derivativ erworben wurden; in diesem Fall sind die Belieferungsrechte aktivierungspflichtig und werden – entweder linear oder degressiv – abgeschrieben. Die Abschreibungsdauer orientiert sich an der tatsächlichen Nutzungsdauer und wurde von der Finanzverwaltung im Laufe der Jahre auf tendenziell immer länger gewordene Zeiträume angesetzt.

Die Unterscheidung zwischen originärer Schaffung und derivativem (= abgeleitetem) Erwerb ist im Einzelfall wegen der vielfach komplex organisierten Beziehung zwischen werbendem und einweisendem Unternehmen schwierig zu treffen. Wir haben sie in der Vergangenheit als Faustformel danach zu beantworten versucht, ob das jeweilige Abo bereits anderweitig in Belieferung war (dann liegt derivativer Erwerb vor); ansonsten nahmen wir originären Erwerb an. Diese Formel hat sich wegen der zunehmend komplex gewordenen Ausgestaltungen der Beziehungen zwischen werbenden und einweisenden Unternehmen als nicht konsequent durchhaltbar erwiesen.

Die von der Finanzverwaltung bei derivativem Erwerb angesetzte Abschreibungsdauer tendiert von einstmals zugrunde gelegten drei oder vier Jahren tendenziell immer länger und orientiert sich, wie gesagt, an der tatsächlichen Nutzungsdauer, also der Haltbarkeit eines Vertrags. Hier wirkt sich aus, dass sich die Fragestellung nicht auf Zeitschriftenabos beschränkt, sondern auch für Buchclubmitgliedschaften gilt und die wiesen in der Vergangenheit eine deutlich längere durchschnittliche Haltbarkeit auf.

Für die Unterscheidung zwischen originärer Schaffung und derivativem Erwerb hat die Firma Klenk vor inzwischen etlichen Jahren eine Grundsatzentscheidung des BFH erstritten.

Ansonsten gibt es nur wenige Urteile zu der Thematik. Als Ergebnis einschlägiger Betriebsprüfungen wurden häufig individuelle Agreements zwischen dem jeweiligen Finanzamt und dem geprüften Unternehmen geschlossen, deren Inhalte wurden nicht nach außen kolportiert – auch nicht an den Verband.

KARENZZEIT BEI PREISERHÖHUNGEN

Die in Rede stehende 13-wöchige Karenzzeit stellt einen seit vielen Jahrzehnten praktizierten Handelsbrauch im Geschäftsverkehr zwischen Verlagen und WBZ dar. Er geht zurück in die Zeiten des Agenturvertriebs („Heft gegen Geld“) und sollte dazu dienen, dem WBZ`ler einen Ausgleich für die durch die Preiserhöhung verursachten Abbestellungen zu schaffen.

In den heutigen Zeiten des Postvertriebs sind die Dinge anders gelagert.



URTEILE

- ❖ SPRUNGHAFUNG BGH 1971 / LG Stuttgart 2005
- ❖ BEAUFTRAGTENHAFTUNG OLG Stuttgart/OLG München
- ❖ ARBEITNEHMERSTELLUNG VERSICHERUNGSVERTRETER (BAG 1999)
- ❖ SCHEINSELBSTSTÄNDIGKEIT (Sozialgericht)

VERKEHRSSITTE ZWISCHEN WBZ UND VERLAGEN

Aus : Entstehung und Entwicklung des werbenden Buch- und Zeitschriftenhandels, Dr. Klaus Prechelt, 1999

Der WBZ bezieht Zeitschriften, Bücher und Schallplatten in der Regel direkt vom Verlag, also nicht über den Großhandel. Dabei hat sich vor allem im Zeitschriftengeschäft durch die jahrzehntelangen Beziehungen ein gewisses Brauchtum herausgebildet, das allseits anerkannt wird und damit den Charakter eines Gewohnheitsrechtes angenommen hat. Der WBZ-Verband hat gemeinsam mit dem *Verband Deutscher Zeitschriftenverleger* versucht, diese Grundsätze nach dem Zweiten Weltkrieg in einer sog. *Verkehrssitte* niederzulegen, die jedoch von den Verlegern niemals ausdrücklich anerkannt worden ist und die heute der Genehmigung durch das Bundeskartellamt bedürfte, um als *Konditionenkartell* verbindlich zu sein.

Effektiv haben sich aus dieser Verkehrssitte jedoch eine Reihe von Grundsätzen im Verkehr zwischen Verleger und WBZ-Handel bis heute erhalten und sind zum Teil durch Rechtsprechung erhärtet worden:

1. Der Verleger beliefert den WBZ-Händler auf Dauer (Dauerschuldverhältnis), solange das Objekt erscheint und der WBZ-Händler seine Zahlungsverpflichtungen erfüllt. Eine einmal vom WBZ-Händler bestellte Menge wird ohne besondere Aufforderung immer wieder geliefert (*Kontinuation*), der WBZ-Händler meldet lediglich Veränderungen, soweit sich solche aus Zugängen und Abgängen seines Abonnentenbestandes ergeben.
2. Bestehende Konditionen (Handelsspanne und Kostenerstattungen) können vom Verleger nur unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von 12 bis 18 Monaten verschlechtert werden. Diese Gepflogenheit besteht mit Rücksicht darauf, dass die Anschaffungskosten für einen neuen Abonnenten aufgrund bestehender Lieferungsbedingungen kalkuliert werden und sich erst im Laufe der Belieferungsdauer amortisieren.
3. Ein Werbestopp oder die Herabsetzung des üblicherweise gewährten Werbekostenzuschusses kann vom Verleger nur mit einer Frist von mindestens vier Wochen verkündet werden.

4. Bei Anhebungen des gebundenen Endverkaufspreises wird dem WBZ für eine Übergangsfrist, die in der Regel drei Monate beträgt, noch der bisherige Einkaufspreis eingeräumt, weil Preiserhöhungen mit besonderen Bezieherverlusten für den WBZ-Handel verbunden sind, für die somit ein Ausgleich geschaffen werden soll.

5. Andererseits verlangen die Verleger die Einhaltung einer Verwendungsbindung: der WBZ-Händler darf nur Festbezieher beliefern, deren Nachweis jederzeit möglich sein muss. Groß- und Einzelhandel mit den zur Abonnentenbelieferung bezogenen Stücken ist ihm untersagt. Neuerdings wird von einzelnen Verlegern darüber hinaus versucht, weitergehenden Einfluss auf die sonstige Verwendung der Abonnenten-Adresse im sog. Zweitgeschäft und bei Veräußerung eines Kundenbestandes zu gewinnen. Hiergegen wendet sich jedoch der WBZ, der die teuer erworbene Adresse als sein unbeschränktes Eigentum betrachtet.

6. Staffelrabatte und Bonussysteme, vom WBZ-Handel immer wieder abgelehnt und früher nicht üblich, haben sich in den letzten Jahren vielfach durchgesetzt.

Der WBZ-Händler hat das Recht, nicht abgesetzte Ware innerhalb einer bestimmten Frist gegen Gutschrifterteilung zu remittieren. Es gibt Bestrebungen, die Remission zu rationalisieren. Wegen der monatlichen, häufiger aber vierzehntägigen oder wöchentlichen Erscheinungsweise der Publikumszeitschriften zeichnet sich das WBZ-Geschäft durch eine *hohe Lager-Umschlaggeschwindigkeit* aus. Außerdem kann der Warenbezug den jeweiligen Schwankungen in der Abnehmerzahl kurzfristig angepasst werden. Dadurch braucht der WBZ kaum Lagerbestände zu unterhalten, was wegen der schnellen Alterung (Aktualitätsverlust) der meisten vertriebenen Objekte auch kaum sinnvoll wäre. Aus all diesen Gründen ist in den WBZ-Betrieben häufig eine *gute Liquidität* gegeben, zumal auch der Geldeingang in der Regel dem Liefer-Rhythmus entspricht.

Bei den Buch- und Schallplattengemeinschaften ist der Liefer-Rhythmus nicht ganz so kurzfristig, sondern auf Quartale ausgerichtet. Auch hier werden in der Regel die Waren erst nach vorliegender Bestellung des Mitgliedes geordert, sodass höhere Lagerbestände mit entsprechender Kapitalbindung nur in den Fällen vonnöten sind, in denen außer der reinen Versandbetreuung auch Bücherstuben für *Abholer* unterhalten werden.