

Verlegen: an einen anderen Ort legen, für einen Geldauslagen tätigen, verdrängen

In der Frühen Neuzeit, also etwa seit Beginn des 16. Jahrhunderts bis zur Französischen Revolution, arbeiteten die Handwerksmeister in den Städten zunehmend nicht mehr selbst, sondern liessen für sich arbeiten. Sie verlegten die Produktion aufs Land, in die Hände von Heimarbeitern aus dem Bauernstand, welche sich ihrerseits allmählich aus den Frondiensten für ihre Grundherren befreiten, gleichzeitig aber auf zusätzliche Einkünfte angewiesen waren. So entwickelten sich Verlagssysteme verschiedener Ausprägung und unter diesen das Kaufsystem: Die Heimarbeiter stellten Waren aus eigenen Rohstoffen her und die Verleger nahmen ihnen diese ab, bezahlten einen Preis und organisierten den Vertrieb. So breitete sich das Verlagssystem vor allem bei der Herstellung von Textilien aus, bis die Industrielle Revolution diesem ein Ende setzte. Überlebt hat dieses System aber für die Produktion von Printmedien wie Zeitungen, Zeitschriften oder Büchern. Allerdings ist dabei die Verpflichtung des Verlegers zur Entschädigung der Heimarbeiterinnen und Heimarbeiter auf der Strecke geblieben.

Honorare sind kein Muss...

Die Entrichtung eines Honorars ist keine unabdingbare Voraussetzung für einen Verlagsvertrag. Für den Fall, dass weder ein Honorar noch Beteiligungsansprüche an verkauften Buchexemplaren ausdrücklich vereinbart sind, stellt das Gesetz lediglich eine Vermutung auf: eine Honorierung «gilt als vereinbart», wenn «nach den Umständen» zu erwarten ist, dass eine Autorin oder ein Autor dem Verlag ein Werk nur gegen Bezahlung überlässt (Art. 388 Abs. 1 OR). Erzielt der Verlag mit einem Buch also keinen oder nur einen unwesentlichen Gewinn, wird mangels konkreter Abrede anzunehmen sein, dass der Verlag die Verfasserin oder den Verfasser eines Buches nicht zu entschädigen hat.

...aber das Herstellen und Verbreiten eines Buches

Hingegen muss der Verleger das ihm überlassene literarische Werk vervielfältigen und in Vertrieb setzen (Art. 380 OR). Vervielfältigung bedeutet die Herstellung von angemessen ausgestatteten Werkexemplaren, sei es durch ein Druck- oder ein anderes technisches Verfahren. Die Vertriebspflicht umfasst auch die gehörige Werbung – etwa mittels Prospekten, Inseraten, Ankündigungen auf Webseiten, Anregen von Rezensionen oder Veranstaltung von Lesungen (vgl. Art. 384 Abs. 1 OR). Was unter angemessener Ausstattung oder einem gehörigen Werbeaufwand zu verstehen ist, richtet sich nicht nur nach dem, was in der Branche als üblich angesehen wird, sondern auch nach der Infrastruktur und dem Geschäftsgebrauch des Verlages. Sämtliche Herstellungs- und Vertriebskosten gehen zu Lasten des Verlages, bilden also dessen unternehmerisches Risiko. Dem entspricht auch eine weitere, aus dem Mittelhochdeutschen stammende Bedeutung von «verlegen», nämlich «für einen Geldauslagen tätigen».

Umkehrung des Verlagsprinzips

Beteiligen sich die Autorinnen und Autoren ganz oder teilweise an der Finanzierung der Herstellung und Verbreitung ihres Buches, liegt kein reiner Verlagsvertrag vor – auch wenn die Vereinbarung so übertitelt ist –, sondern ein so genannter Kommissionsverlagsvertrag. Das althergebrachte Prinzip der Vorfinanzierung durch den Verlag, der seine Kosten über die

von ihm geförderten Buchverkäufe wieder reinholen soll, wird dadurch umgekehrt. Die Autorinnen und Autoren schreiben nicht nur das Buch, sondern sie bezahlen auch gleich noch fürs Publizieren in einem «Druckkostenzuschussverlag» oder «Dienstleisterverlag», wie sie in Deutschland heissen, oder nach österreichischer und schweizerischer Sprachregelung in einem «Selbstzahlerverlag». Entweder greifen die Autoren in die eigene Tasche oder sie finden Dritte, welche dem Verlag einen Zuschuss leisten. Viele mögen sich dabei denken: lieber in einem Selbstzahlerverlag veröffentlichen als im Selbstverlag. Sie erhoffen sich nach einer meist langen und beschwerlichen Suche nach einer Verlagsheimat, wenigstens in die Vertriebskanäle im Buchhandel zu gelangen.

Das mag zutreffen, weshalb der AdS ihren Mitgliedern nicht generell davon abrätet, solche Verträge einzugehen. Auch ist nicht jeder dieser Zuschussverlage a priori einer der unseriösen, an deren Adresse sich die Fairlag-Kampagne wendet (siehe www.a-d-s.ch/home/?id=416, "Aktionsbündnis für faire Verlage"). Und oft ist es gar nicht so einfach, die Spreu vom Weizen zu trennen. Die abgegebenen Versprechen sind praktisch immer wohlklingend. Aber wenn ein Verlag per Inserat Autorinnen und Autoren sucht, reicht doppeltes Hinsehen nicht. Die Konditionen für die Buchveröffentlichung sollten mindestens dreifach geprüft werden, möglichst im Vergleich mit dem Muster-Verlagsvertrag Belletristik und den entsprechenden Kommentaren des AdS – um dann vielleicht zum Ergebnis zu gelangen, doch besser einen anderen Verlag zu suchen.

Verkappter Selbstzahlerverlag

Mitunter glauben Autorinnen und Autoren am Ziel ihrer Wünsche zu sein und ein kleines, aber feines Verlagshaus gefunden zu haben. Die ersten Gespräche verlaufen sehr nett, so wie es sein sollte, setzt ein Verlagsvertrag doch ein besonderes Vertrauensverhältnis zwischen den Parteien voraus. Man bekundet gegenseitiges Verständnis für die Sorgen des jeweils Anderen und ist voreilig, wie sich allenfalls später herausstellen wird, zur Zusage bereit, den von Finanznöten gebeutelten Verlag nicht zusätzlich zu belasten, sondern eben selbst oder von Dritten das Geld für die Herstellung und Verbreitung des Buches aufzutreiben. Zu diesen Verlagen gehören der Nimrod-Literaturverlag und der ihm angegliederte Rauhreif Verlag in Zürich, beide unter der Leitung der nämlichen Verlegerin. Vor zwei Jahren hatte diese die Verlage übernommen und seit einem halben Jahr nimmt sie in der AdS-Rechtsberatung bei den eingegangenen Klagen die bislang unerreichte Spitzenposition ein.

Zunächst einmal ist kaum ein Buch bei Nimrod oder Rauhreif zum vorgesehenen Termin erschienen. In den allesamt gleich lautenden Verträgen steht der Erscheinungstermin unter einem wesentlichen Vorbehalt, nämlich der Sicherung der Finanzierung – «sei es durch eine Subskription, durch Druckkostenzuschüsse oder den Verlag oder anderweitig». Was nicht steht, aber in den meisten Fällen einer mündlichen Zusatzvereinbarung entspricht: Subskriptionen kommen bei Nimrod und Rauhreif praktisch nicht vor, der Verlag hält sich bei der Investition eigener Mittel vornehm zurück und für die «anderweitige» Finanzierung wie die Druckkostenzuschüsse sind die Autorinnen und Autoren besorgt. Sie akzeptieren dies, weil sie im Gegenzug mit 30 Prozent am Buchverkauf beteiligt sind und der Verlag «die bestmögliche Verbreitung des Werkes im Buchhandel» garantiert sowie «ein professionelles Medien-Marketing (Presse, Radio, TV und Internet, etc.)».

Nur ist davon wenig bis nichts zu verzeichnen. Im vergangenen November und Dezember haben zwei Autorinnen eine Buchvernissage ohne Bücher abgehalten, von einem Versand von Rezensionsexemplaren ist nichts bekannt, ebenso wenig weiss der Buchhandel von der

Existenz einiger der Verlagserzeugnisse. Dort wo sich im Handel der Hinweis auf einzelne Buchtitel findet und als Bezugsadresse jene von Nimrod bzw. Rauhreif angegeben ist, hilft das auch nicht sehr viel weiter. Bücherbestellungen werden entweder gar nicht oder dann mit mehrwöchiger Verspätung ausgeführt. Die Homepage der beiden Verlage ist seit einem Jahr nicht mehr aktualisiert worden. Das Faxgerät ist abgestellt, Briefe beantwortet die Verlegerin nur sporadisch, Einschreiben nimmt sie aus Prinzip nicht entgegen, am Telefon ist sie kaum zu erreichen und Verabredungen hält sie des öftern nicht ein. Schade, denn die Bücher sind mehrheitlich sehr schön ausgestattet und gestaltet, wenn auch der eine oder andere Druckfehler auf dem Buchrücken ärgert oder das Inhaltsverzeichnis vergessen gegangen ist. Abrechnungen verlangen die Autorinnen und Autoren vergeblich.

Die Bücher sind zwar fremdfinanziert, so dass sich die Verlegerin über eine gewisse Zeit wohl von Zuschuss zu Zuschuss zu hangeln vermag. Auf längere Sicht kann dieses Geschäftsgebaren aber nicht rentabel sein – es sei denn, die Verlegerin führe Nimrod und Rauhreif Zuschüsse aus anderen ihrer angepriesenen Tätigkeitsfelder zu, beispielsweise aus der Degustation von Weinen, dem Eventmanagement oder dem «PC Support (Homepage erstellen, etc.)». Für eine Stellungnahme zu diesen Vorwürfen ist sie leider auch nicht zu erreichen gewesen.

Ein Glück, dass die Autorinnen und Autoren ihre Rechte nur für die erste Auflage abgetreten haben. Diese schwankt zwischen 300 und 400 Exemplaren. Doch kann der Ausverkauf unter den gegebenen Umständen Jahre in Anspruch nehmen. Deshalb bleibt den Betroffenen eigentlich nur das Monieren von Vertragsverletzungen und zum Schluss, darauf gestützt, der Rücktritt vom Vertrag. Haben die Autorinnen und Autoren eigene Zuschüsse oder solche Dritter beigebracht, gestaltet sich der Ausstieg einfacher als bei einem reinen Verlagsvertrag. Sie sind um die Erfahrung mit einem verkappten Selbstzahlerverlag reicher und haben eine weitere Bedeutung des Wortes «verlegen» kennengelernt: nämlich «verdrängen».

Regula Bähler, Rechtsberaterin des AdS