

Buchhandels nur oder vorwiegend an ihre Mitglieder absetzen, ferner solche buchhändlerische Betriebe, die von Verbänden oder Vereinen unterhalten werden und ihren Geschäftsgewinn im unmittelbaren (wie z. B. Konsumvereine, Bücherämter usw.) oder mittelbaren Interesse der Verbands- oder Vereinsmitglieder verwenden oder zu deren Verfügung halten.

4. Andere Vereinigungen dürfen nur dann wie Buchhändler oder gewerbsmäßige Wiederverkäufer behandelt werden, wenn sie einen gewerbsmäßigen, bei der zuständigen Behörde angemeldeten buchhändlerischen Betrieb führen.

§ 4.

Gegenstände des Buchhandels.

1. Gegenstände des Buchhandels sind alle Werke der Literatur, Tonkunst, Kunst und Photographie, die durch ein graphisches Verfahren vervielfältigt sind, also außer Büchern und Zeitschriften namentlich Musikalien, Kunstblätter, Atlanten, Landkarten, Globen; ferner Lehrmittel, soweit sie der obigen Begriffsbestimmung entsprechen.

2. Wird in dieser Verkaufsordnung der Ausdruck Bücher oder Werke gebraucht, so sind darunter stets alle Gegenstände des Buchhandels im Sinne des vorstehenden Absatzes zu verstehen.

3. Im Zweifel soll es dem Vorstand des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler vorbehalten sein zu bestimmen, ob ein Handelsgegenstand als Gegenstand des Buchhandels im Sinne dieser Verkaufsordnung anzusehen ist oder nicht.

§ 5.

Einhaltung der Ladenpreise.

1. Beim Verkauf neuer Bücher an das Publikum ist der vom Verleger festgesetzte Ladenpreis einzuhalten.

Bestimmungen der Kreis- und Ortsvereine.

2. Die von den Kreis- und Ortsvereinen für Verkäufe in und nach ihrem Gebiet festgesetzten, vom Vorstand des Börsenvereins genehmigten und im Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel veröffentlichten Bestimmungen über die zulässigen Abzüge vom Ladenpreis (Skonto, Rabatt) sind zu befolgen.

Werke ohne Ladenpreis.

3. Es bleibt den Kreis- und Ortsvereinen vorbehalten, für die Buchhändler ihres Bezirkes verbindliche Vorschriften über den Verkaufspreis von Werken, die ohne Ladenpreis erschienen sind, sowie über Bestellgebühren bei Zeitschriften in ihre Verkaufsbestimmungen aufzunehmen.

Musikalien.

4. Für den Handel mit Musikalien gelten die von dem Verein der Deutschen Musikalienhändler beschlossenen, vom Vorstand des Börsenvereins genehmigten und im Börsenblatt veröffentlichten besonderen Verkaufsbestimmungen.

§ 6.

Eigene Aufmachung des Sortimenters.

1. Liefert ein Sortimenter Werke in eigener Aufmachung an das Publikum, so ist er an den vom Verleger festgesetzten Ladenpreis gebunden, falls seine Aufmachung der des Verlegers gleichartig ist.

Bessere Aufmachung.

2. Liefert der Sortimenter in einer besseren Aufmachung als der Verleger, so muß er einen entsprechend höheren Preis berechnen.

Geringere Aufmachung.

3. Geringere Aufmachung zu billigerem Preis darf er unter dem Ladenpreis des Verlegers nur mit dessen Genehmigung öffentlich anzeigen und muß hierbei den Ladenpreis des broschierten oder rohen Exemplars und den Preis der Aufmachung gesondert auführen.

§ 7.

Aufschlag.

Werke, die der Verleger mit einem geringeren Rabatt als 25% vom Ladenpreise liefert, dürfen mit einem entsprechenden Aufschlag verkauft werden.

§ 8.

Unzulässiger Rabatt.

1. Die Gewährung eines höheren Rabatts oder Skontos, als ihn die Verkaufsbestimmungen der Kreis- und Ortsvereine gestatten, darf weder bar erfolgen, noch durch Zuwendung anderer Vorteile wie Zugaben, Rabattmarken, Gutscheine, Gutschrift, Gewährung übermäßig langer Zahlungsfristen und anderes.

Gutschrift von Rabatt an Dritte.

2. Es macht keinen Unterschied, ob diese Vorteile dem Käufer selbst oder in seinem Auftrage oder mit seinem Einverständnis Dritten zugewendet werden.

Abgabe verliehener Bücher an die Entleiher.

3. Ein in neuem Zustande verliehenes Buch ist bei Verkauf an den Entleiher oder seine Mittelsperson als neues Werk zu berechnen. War dem Käufer eine Einzelleihgebühr für das betreffende Buch berechnet, so darf diese abgezogen werden.

Partieexemplare.

4. Neue Exemplare, die zu Vorzugspreisen bezogen worden sind, sei es vom Verleger selbst, vom Barfortiment, von einer Großhandlung oder von sonst einem Zwischenhändler, dürfen nicht anders als zum Ladenpreise verkauft werden.

§ 9.

Öffentliches Rabattangebot.

1. Jedes öffentliche Anerbieten von Rabatt oder Skonto in ziffermäßiger oder in unbestimmter Form ist verboten. Ebenso ist das Anbieten übermäßig langer Zahlungsfristen verboten.

2. Das Verbot öffentlichen Rabattangebots erstreckt sich auch auf im Auslande erschienene, im Gebiete des Börsenvereins angebotene Werke; ebenso auf Angebote von im Vereinsgebiete wohnenden Firmen nach dem Aus-