

Auslegungsgrundsätze zu § 6a der Buchhändlerischen Verkehrsordnung

Paragraph 6a der Buchhändlerischen Verkehrsordnung lautet:

»Der direkte Verkauf ist nur als Ergänzung zulässig und darf weder unter Ausschluß des Sortiments noch unter Wahrnehmung von Wettbewerbsvorteilen erfolgen.

Der Verleger hat bei jeder Werbung auf die Möglichkeit des Bezuges durch das Sortiment hinzuweisen und darf eine Werbung für Neuerscheinungen nicht zu einem früheren Zeitpunkt durchführen, als auch der Sortimenter dazu in der Lage ist.«

Da sich aus der Anwendung dieser Bestimmung erhebliche Meinungsverschiedenheiten ergaben, hat der Vorsteher hierzu nochmals eine besondere Durchführungsverordnung unterm 23. September 1935 erlassen, deren dritter Absatz folgenden Wortlaut hat:

»Im Sinne der Verkehrsordnungsvorschrift und der Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit des Sortiments muß es für die Verleger auch eine Selbstverständlichkeit sein, daß sie die ihren Werbendruckfachen beigefügten Bestellkarten nicht von vornherein mit der eigenen Verlagsadresse versehen, sondern es dem Bezieger selbst überlassen, ob er die Bestellkarte an eine ihm bekannte Buchhandlung oder an den Verleger adressieren will.«

Die Auseinandersetzungen wurden damit aber nicht beendet, und es kam immer wieder zu Beschwerden von Sortimentersseite darüber, daß manche Verleger sich bei Durchführung ihrer Werbung an die Bestimmungen nicht hielten, während die Verleger zu ihrer Verteidigung darauf hinwiesen, daß sie auf Angabe ihrer Verlagsfirma nicht in allen Fällen verzichten könnten, wenn sie nicht völlige Erfolglosigkeit ihrer Werbemaßnahmen riskieren wollen. Zwei Fälle sind es vor allen Dingen, die dabei immer wieder den Anlaß zu Beschwerden gaben: Die Ankündigungen von Verlagsanzeigen in Zeitungen und Zeitschriften und die Beifügung von Bestellkarten oder Bestellzetteln zu Verlagsprospekten in Zeitschriften usw.

Um der Geschäftsstelle zeit- und kostenraubenden Briefwechsel zu ersparen und um auf diesem umstrittenen Gebiete zu einer Regelung zu kommen, die nach Möglichkeit den Forderungen beider Teile gerecht wird, hat der Beratungsausschuß folgende Auslegungsgrundsätze aufgestellt, welche die Zustimmung des Vorstehers gefunden haben:

»1) Ankündigungen von Verlagsanzeigen in Zeitungen und Zeitschriften.

Der Hinweis auf den Bezug durch den Buchhandel darf wegbreiben, wenn in Anzeigen lediglich die Verlagsfirma

ohne genaue Anschrift, ohne Lieferungs- und Zahlungsbedingungen und ohne Postcheckkonto angegeben wird.

2) Beifügung von Bestellkarten oder Bestellzetteln zu Verlagsprospekten in Zeitschriften usw.

Glaubt der Verleger bei der Werbung für wissenschaftliche Werke oder Fachliteratur aus statistischen Gründen auf die Einsetzung der Verlagsfirma auf der Anschriftenseite nicht verzichten zu können, so muß auf der Rückseite auf den Bezug durch das Sortiment mit folgender Formulierung, und zwar in auffallender Drucktype, hingewiesen werden:

Ich bestelle durch die Buchhandlung

Dagegen dürfen auf der Rückseite weder die Verlagsfirma noch Lieferungs- und Zahlungsbedingungen oder das Postcheckkonto angegeben werden.«

Der Beratungsausschuß glaubt, daß das Sortiment mit einer solchen Regelung einverstanden sein kann, da insbesondere in dem zweiten Falle der Hinweis auf den Bezug durch das Sortiment mit aller Deutlichkeit gegeben ist. Er bittet den Verlag, nach dieser Weisung zu verfahren, dann werden die Beschwerden des Sortiments von selbst aufhören.

Hinweisen möchten wir auf eine Lösung, die der Verlag Julius Hoffmann in Stuttgart gefunden hat und die dem vom Beratungsausschuß vorgeschlagenen Wortlaut gleichzustellen ist, wenn sie nicht überhaupt in noch besserer Form den Wünschen des Sortiments entspricht. Der Prospekt der genannten Firma hat folgenden Wortlaut:

»An den Verlag Julius Hoffmann in Stuttgart

Veranlassen Sie bitte die Buchhandlung

. in

mir als Festbestellung zu liefern — zur Ansicht vorzulegen

.
Stand und Name

Wohnort und Straße

Hier erhält der Verlag die Sicherheit, daß seine Werbung gewirkt hat, das Sortiment aber hat die Gewähr, daß es die Bestellungen ausführen kann und nicht ausgeschaltet wird.

Das deutsche Sportschrifttum

Im Rahmen der Werbung für das deutsche Gesundheitschrifttum veröffentlicht das »Kuratorium für das deutsche Fachschrifttum« in der soeben erschienenen Nummer 5 seiner Zeitschrift »Das deutsche Fachschrifttum« eine umfassende Sportbuchliste, die von dem Schrifttumsbeauftragten des Reichssportführers zusammengestellt wurde. Diese Liste kommt gerade zur rechten Zeit, denn es kann keinem Zweifel unterliegen, daß sich zur Werbung für dieses Gebiet des Schrifttums im Augenblick ganz besondere Möglichkeiten ergeben. Die gesamte Öffentlichkeit ist durch den großen Einsatz aller Propagandamittel für das Gesundheitschrifttum, besonders auch durch den Photowettbewerb, schon weitgehend darauf vorbereitet und für eine zusätzliche Werbung empfangsbereit gemacht. Das große Gebiet der Leibesübungen spielt bei der Gesunderhaltung des einzelnen wie des ganzen Volkes eine so entscheidende Rolle, daß sich der natürliche Zusammenhang zwischen Gesundheitschrifttum und Schrifttum des Sports für jeden offen darrt.

Dem deutschen Sportschrifttum ist eine große neue Aufgabe zugewiesen, seitdem der nationalsozialistische Staat den Leibesübungen den rechten Platz im Leben der Nation zugewiesen hat. Mit dieser neuen Aufgabe beschäftigt sich darum ein grundsätzlicher Aufsatz des Leiters des politisch-pädagogischen Instituts der Reichsakademie für Leibesübungen und Referenten beim Reichssportführer Dr. Heinz

Wegel »Das Fachbuch in den Leibesübungen«. In ihm heißt es: »Es wird aber niemals bestritten werden können, daß gerade dieses Fachbuch ein recht großes Verdienst daran hat, daß die Sportplätze belebt sind und daß sie heute als Volksplätze betrachtet werden, auf denen die Übungsmannigfaltigkeit ein ganzes Volk festhalten und erfreuen kann«. Diese Worte treffen den Kern der damit auch dem deutschen Buchhandel gestellten Aufgabe. Denn ebenso, wie die Leibesübungen eine Sache des ganzen Volkes geworden sind, ebenso muß auch das Sportschrifttum Besitz des ganzen Volkes werden! — Ein weiterer Aufsatz »Was wird für das Sportschrifttum getan?« beschäftigt sich daher ganz eingehend mit den vielseitigen Möglichkeiten der Werbung für das Sportschrifttum und gibt genaue Hinweise, auf welchen Wegen und in Zusammenarbeit mit welchen Dienststellen diese Propaganda durchgeführt werden kann. In ihm wird gesagt:

»Es liegt im Wesen der öffentlichen Werbung für das Buch begründet, daß die Gemeinschaftswerbung immer Schrifttumsgruppen zusammensucht und herausstellt, denen eine hohe erzieherische Mission übertragen ist. Damit wird auch erst die Berechtigung und die Erfolgsgrundlage für einen so großen und umfassenden Einsatz öffentlicher Werbemittel und Werbeträger geschaffen. Und gerade das Interesse des Buchhandels verlangt es, daß sich die Einzelwerbung nach