

Bekanntmachung des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler

Verkaufsordnung für Lehrmittel

Nachstehend veröffentliche ich die Verkaufsordnung für Lehrmittel in der vom Reichskommissar für die Preisbildung genehmigten Fassung. Sie tritt anstelle der bisherigen Fassung mit dem Tage der Veröffentlichung im Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel in Kraft.

Leipzig, den 12. November 1937

Baur, Vorsteher

★

Verkaufsordnung für Lehrmittel

Erster Abschnitt

Allgemeines

§ 1

Zweck und Verbindlichkeit

1. Die Verkaufsordnung für Lehrmittel ist die Sammlung der für den geschäftlichen Verkehr der Lehrmittelverleger, -fabrikanten und -händler mit dem Publikum geltenden Handelsbräuche und Vorschriften. Sie hat insbesondere den Zweck, in Ausführung der in § 1 Ziffer 2 der Buchhändlerischen Verkaufsordnung vorgesehenen besonderen Bestimmungen den Verkauf von Lehrmitteln an das Publikum zu regeln.

2. Die Verkaufsordnung ist für alle selbständigen Lehrmittelverleger, -fabrikanten und -händler, die verantwortlichen Leiter von Lehrmittelhandlungen und sonstigen Unternehmungen, die sich mit der gewerbsmäßigen Herstellung und dem Vertrieb von Lehrmitteln beschäftigen, verbindlich.

§ 2

Gegenstände des Lehrmittelhandels

1. Unter Lehrmitteln sind alle gewerbsmäßig hergestellten Gegenstände zu verstehen, die als Unterrichtsmittel Verwendung finden, wie Schulwandbilder, Wandkarten, Globen, Modelle, Apparate und Sammlungen jeder Art für die verschiedenen Lehrgebiete, wie z. B. den biologischen, physikalischen, anatomischen, technischen und technologischen Unterricht sowie Lichtbilder, Lichtbildgeräte usw.

2. Lichtbildgeräte unterliegen dieser Verkaufsordnung nur insoweit, als für sie nicht von der Gruppe Projektion und Schmalfilm des Reichsverbandes der photographischen Industrie, Berlin, besondere Bestimmungen festgelegt sind.

§ 3

Publikum

1. Publikum im Sinne dieser Verkaufsordnung, das nur zum Ladenpreis beliefert werden darf, sind alle Einzelpersonen, Lehrer, Lehranstalten jeder Art, Firmen, Behörden, Institute, Personenvereinigungen, die Gegenstände des Lehrmittelhandels zum eigenen Gebrauch oder zum Gebrauch ihrer Beamten, Angestellten oder Mitglieder erwerben.

2. Als Publikum gelten auch berufsfremde Beforderer, wie z. B. reine Papierwarenhändler, Drogisten, Radiohändler, Tischlermeister usw. Sie dürfen nicht als Wiederverkäufer beliefert werden.

Als Ladenpreis gilt auch der vom Fabrikanten festgesetzte Katalogpreis.

Zweiter Abschnitt

Vom Laden- oder Katalogpreis

§ 4

Einhaltung des Laden- oder Katalogpreises

1. Beim Angebot oder Verkauf neuer Lehrmittel ist der vom Verleger oder Fabrikanten festgesetzte Laden- oder Katalogpreis einzuhalten, soweit nicht diese Ordnung Ausnahmen zuläßt.

2. Als geschützter Laden- oder Katalogpreis gilt jeweils der neueste vom Verleger oder Fabrikanten vorgeschriebene und im Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel oder in Preislisten be-

kanntgegebene allgemein gültige Verkaufspreis. Diese Preislisten sind beim Verein Deutscher Lehrmittel-Verleger und -Fabrikanten e. V. zu hinterlegen.

3. Der Verleger oder Fabrikant ist nicht berechtigt, Erlaubnis zum Verkauf von Lehrmitteln seines Verlags unter dem Laden- oder Katalogpreis zu erteilen oder selbst unter dem Laden- oder Katalogpreis zu verkaufen, solange dieser dem gesamten Lehrmittelhandel gegenüber fortbesteht.

Mindestverkaufspreis

4. Mindestverkaufspreise sind keine Ladenpreise im Sinne dieser Verkaufsordnung, sie werden daher nicht geschützt. Setzt der Verleger oder Fabrikant für ein Lehrmittel, das ursprünglich einen Laden- oder Katalogpreis hatte, einen niedrigeren Mindestverkaufspreis fest, so kommt dies der Aufhebung des Laden- oder Katalogpreises gleich.

Kreditzuschlag

5. Der Laden- oder Katalogpreis gilt als Barzahlungspreis. Wird Kredit gewährt oder der Kaufpreis in Raten entrichtet, so kann ein Kreditzuschlag berechnet werden.

Eigene Aufmachung des Lehrmittelhändlers

6. Lehrmittel, die der Lehrmittelhändler in eigener Aufmachung weiterliefert, z. B. durch Herstellung eines eignen Aufzuges bei Wandkarten, Schulwandbildern usw., dürfen bei gleichwertiger Ausstattung nur zu dem vom Verleger festgesetzten Laden- oder Katalogpreis, bei besserer Ausstattung nur zu höherem Preis und bei geringerer Ausstattung nur zu niedrigerem Preis mit Genehmigung des Verlegers angeboten und geliefert werden. Qualitätsunterschiede müssen in Ankündigungen, Katalogen, Kostenanschlägen usw. ausdrücklich entsprechend bezeichnet werden.

Handelsspanne

7. Das Recht des Verlegers und Fabrikanten, den Laden- oder Katalogpreis und den Nettopreis zu bestimmen, schließt auch die Pflicht in sich, die Spanne zwischen den beiden Preisen so zu bemessen, daß der Bestand eines leistungsfähigen und für die Verbreitung von Lehrmitteln notwendigen Lehrmittelhandels nicht gefährdet oder unmöglich gemacht wird.

Wird hiergegen verstoßen, so darf mit einem handelsüblichen Aufschlag auf den Einkaufspreis verkauft werden.

Aufschlag

8. Gegenstände des Lehrmittelhandels, für die kein Laden- oder Katalogpreis besteht, dürfen nur mit den handelsüblichen Aufschlägen auf die Einkaufspreise weiterverkauft werden.

§ 5

Zulässige Ausnahmen vom Laden- oder Katalogpreis

1. Nachlaß oder Skonto darf nur in Ausnahmefällen angeboten oder gewährt werden. Sie bedürfen der Genehmigung des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler, des Vereins Deutscher Lehrmittel-Verleger und -Fabrikanten und der Vertreter des Lehrmittelhandels.

Verkauf verliehener Lehrmittel

2. Abgabe eines verliehenen Lehrmittels unter dem Laden- oder Katalogpreis ist nur zulässig, wenn das Lehrmittel bei