

macht, der Flotte und der Luftwaffe, des Entstehens neuer und des Ausbaues alter zentraler Behörden solche Forderungen verstärkt auftreten. Es ist unsere Aufgabe, demgegenüber die berechtigten Wünsche des Buchhandels zu vertreten. So hat auf Grund solcher Verhandlungen der Reichsminister der Luftfahrt und Oberbefehlshaber der Luftwaffe im Einvernehmen mit dem Reichswirtschaftsminister seine Beschaffungsstellen angewiesen, beim Einkauf von Büchern und Zeitschriften von der Inanspruchnahme eines Barzahlungsnachlasses abzusehen. Die zuständige Stelle des Oberkommandos der Wehrmacht hat erklärt, daß sie zwar von der Bestimmung über den zentralen Bezug der Dienststellen bei bestimmten militärischen Zeitschriften nicht abgehen könne, da sie die Kontrolle über die Belieferung haben müsse und doppelte und unnütze Bestellungen ausschalten wolle. Sie hat aber zugesagt, daß die Wehrmacht bei allen Veröffentlichungen von Buchanzeigen in ihren amtlichen Blättern auf die Möglichkeit des Bezugs durch den Buchhandel aufmerksam machen und darüber hinaus die Formationen zum Bezug am Ort auffordern wolle. Auf Veranlassung des Börsenvereins sind auch im Heeresverordnungsblatt die Truppenteile und Dienststellen besonders darauf hingewiesen worden, den Ortsbuchhandel durch Buchbezüge für den Ausfall an Zeitschriftenabonnements zu entschädigen.

Um den Mitgliedern zu Verhandlungen mit Behörden eine Unterlage an die Hand zu geben, ist von dem im Börsenblatt vom 17. September 1938 erlassenen Aufruf des Vorstehers »Keine Rabattzusicherungen und keine Schleudereien!« ein Sonderdruck hergestellt worden. Er steht zusammen mit dem Sonderdruck über Behördenrabatt vom 1. Januar 1938 unseren Mitgliedern zur Verfügung.

Ununterbrochen waren auch im Verein mit der Fachgruppe Schulbuchverlag Verhandlungen in Schulbuchangelegenheiten zu führen. Unterm 1. Juli 1938 ist durch eine Bekanntmachung des Stellvertreters des Vorstehers die Neuregelung der Gewährung von Freistücken bei der Lieferung von Lehrbüchern an höhere Schulen in Kraft gesetzt worden, die an die Stelle des bisherigen sogenannten Philologenabkommens getreten ist. Damit ist die letzte noch ausstehende Regelung in Schulbücherfragen durchgeführt worden. Wiederholt wurde beim Börsenverein angeregt, eine zusammenfassende Bekanntmachung über die gesamte Schulbücherregelung zu erlassen (Volkschulbücher, Lehrbücher für höhere Schulen, Klassenlesestoffe). Da der Zeitpunkt dafür gekommen sein dürfte, haben wir einen entsprechenden Entwurf dem Reichsministerium für Wissenschaft, Erziehung und Volksbildung vorgelegt und Verhandlungen mit den zuständigen Referenten aufgenommen.

Auch die Frage der Gewährung von Vermittlerprovision (Werbepremien) an nichtgewerbsmäßige Vermittler hat uns im vergangenen Jahr im Verein mit der Fachgruppe Reise- und Versandbuchhandel wiederholt beschäftigt. Werbepremien für die Zuführung neuer Kunden gibt es in vielen Geschäftszweigen. Die Durchführung des Ladenpreisschutzes erfordert aber bei Gegenständen des Buchhandels einschränkende Bestimmungen, die jeden Mißbrauch in Gestalt versteckter Preisunterbietung ausschließen. Es muß deshalb schärfstens darauf gesehen werden, daß § 7 der buchhändlerischen Verkaufsordnung genau eingehalten wird. Der nichtgewerbsmäßige Werber ist kein Buchhändler. Er ist über das Ladenpreissystem und die Verpflichtung zur Einhaltung der Ladenpreise meist nicht unterrichtet. In der Weitergabe seiner Provision an die hinter ihm stehenden Käufer sieht er vielleicht sogar eine lobenswerte Handlungsweise. Darum kann nicht deutlich genug auf die Verpflichtung zur Einhaltung der Ladenpreise hingewiesen werden. Auch Ausdrücke wie »Freistücke«, »Geschenk«, »umsonst« sind geeignet, bei dem Werber den unzutreffenden Eindruck hervorzurufen, daß es sich bei der Provision um eine Art Preisnachlaß handelt, der den Käufern zugute kommen darf. § 7 der Verkaufsordnung darf auf keinen Fall eine erweiterte Auslegung zugunsten einzelner besonders mit Werbepremien

arbeitender Firmen erfahren. Es mag sein, daß einzelne Firmen, wenn sie großzügig vorgehen könnten und die Verwendung von Werbepremien zu Preisunterbietungen nicht mit ausreichenden Mitteln verhindern, ihren Umsatz vergrößern. Das geschieht aber genau wie bei Schleuderangeboten nur auf Kosten der ordnungsgetreuen Firmen.

Als Ergebnis der Beratungen über die Weiterbildung des Verkaufsrechts sind folgende Änderungen in Aussicht genommen, die in Kraft gesetzt werden, sobald die Genehmigung des Reichskommissars für die Preisbildung vorliegt.

#### Weiterbildung des Verkaufsrechts

§ 11 der Verkaufsordnung erhält die Überschrift »Vorzugspreise für Bücher und Zeitschriften.«

Die Bestimmungen der Verkaufsordnung über Vorzugspreise waren früher für Bücher und Zeitschriften einheitlich. Für eine Reihe von Zeitschriften ergab sich aber die Notwendigkeit zum Erlaß von Sondervorschriften. Infolgedessen wurde in einer Fußnote der Verkaufsordnung in der Fassung vom 4. Juli 1933 bestimmt, daß die Vorschriften über Vorzugspreise bis zum Abschluß der Verhandlungen mit den Zeitschriftenverlegern keine Anwendung auf Zeitschriften finden sollten. Sonderbestimmungen für Zeitschriften-Vorzugspreise brachten dann die Anordnungen der Reichspressekammer vom 13. Juli und 29. August 1934. Sie wurden als neuer § 11a in die Verkaufsordnung übernommen, gelten aber nur für die der Reichspressekammer unterstehenden Zeitschriften, während für die bei der Reichsschrifttumskammer verbliebenen streng wissenschaftlichen Forschungszeitschriften nach wie vor § 11 der Verkaufsordnung gilt. Die ursprünglich in einer Fußnote enthaltene, später in die Überschrift zu § 11 aufgenommene Bemerkung, daß die Bestimmungen nicht für Zeitschriften gelten, trifft also nicht mehr zu.

§ 11 Ziffer 4 der Verkaufsordnung erhält folgende Fassung:

»Der Verleger ist bei Festsetzung von Vorzugspreisen verpflichtet, dem Sortimentler die Lieferung zum gleichen Preise zu ermöglichen, wenn ihm die Bezugsberechtigung des Kunden nachgewiesen wird, es sei denn, daß bei Zeitschriften der Verleger die Vorzugspreise einer Beziegergruppe eingeräumt hat und die Lieferungen an die Vorzugsberechtigten über die Geschäftsstelle der Gruppe insgesamt verrechnet werden.«

In Anbetracht dessen, daß für Zeitschriften mit Forschungscharakter § 11 der Verkaufsordnung in Anwendung kommt, haben die Verleger beantragt, die in § 11a Ziffer 5 der Verkaufsordnung enthaltene Einschränkung über den Gruppenbezug in § 11 einzuarbeiten.

§ 12 Ziffer 6 Abschnitt b erster Absatz der Verkaufsordnung erhält folgenden Zusatz:

»Dem Sortimentler ist jedes selbständige Angebot eines Umtauschpreises verboten.«

Durch diesen Zusatz soll verhindert werden, daß der Sortimentler von sich aus Angebote macht, wenn der Verleger keinen Umtauschpreis festgesetzt hat. Selbstverständlich ist es nach dem neuen Vorschlag nach wie vor zulässig, bei einem Verkauf alte Auflagen desselben Werkes oder auch andere Werke in Anrechnung auf den Kaufpreis zum Marktwert in Zahlung zu nehmen. Es soll lediglich die Werbung unterbunden werden.

§ 7 Ziffer 3 der Verkaufsordnung soll folgendermaßen lauten:

»Buchgemeinschaften dürfen ihre Werbegaben für die Zuführung neuer Bezieger nur innerhalb ihres Mitgliederkreises (Beziegerzeitschrift, Druckchriftenverband usw.) bekanntgeben. Das Angebot von Werbegaben über den Mitgliederkreis hinaus ist untersagt. Zulässig ist die Gewährung eines Reihenbandes als Werbegabe. Im übrigen dürfen die Werbegaben, soweit sie in bar gezahlt werden, 20% des Wertes eines Jahresabonnements nicht übersteigen.

Die Buchgemeinschaften sind verpflichtet, die Werbegaben dem Buchhändler zu einem Viertel des Ordinärpreises zur Verfügung zu stellen. Das gilt auch bei Verwendung von