



Spartenpapier „Verhaltensgrundsätze des Buchhandels“

in der vom

Vorstand des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels

in seiner Sitzung vom 16. Januar 1985 beschlossenen Fassung.

ORIENTIERUNGSHILFE FÜR DAS VERHALTEN GEGENÜBER DEN PARTNERN DER JEWEILS ANDEREN SPARTEN

Präambel

Verlag, Sortimentler und Zwischenbuchhandel betrachten das breit gefächerte Angebot von Literatur an jedermann und an möglichst vielen Orten als ihre gemeinsame Aufgabe. Erfüllbar wird diese Aufgabe durch die Leistungen des Sortimentsbuchhandels in Gestalt von Lagerhaltung, Besorgung und Betrachtung sowie durch die Leistungen aller anderen Zweige des Verbreitenden Buchhandels. Unerlässliche Voraussetzung hierfür ist die Bereitschaft der Verlage und der Barsortimentler zu nachfragegerechter Lieferung, ergänzt durch zweckdienliche Informationen und andere Dienstleistungen.

Alle Sparten des Buchhandels sollen ihre Tätigkeit so gestalten, dass Wettbewerb möglich ist, erhalten und gefördert wird, nicht nur in der eigenen, sondern auch in den anderen Sparten.

Statt eines die Rationalität des Vertriebs störenden Verdrängungswettbewerbs innerhalb der und unter den Sparten soll ein ausgewogenes System beschriebener Aufgaben gelten, das insbesondere auch im Einklang mit den Grundsätzen der Preisbindung steht. Diese ist unabdingbar für die Erfüllung des buchhändlerischen Auftrags.

Angesichts der engen Verflechtung der Sparten muss Kooperation vor kurzfristigen Ertragsverbesserungen durch gegenseitige Maßnahmen stehen. Erhaltung der Lebensfähigkeit einer Vielzahl von Firmen auf allen Stufen soll Gesichtspunkt bei allen marktpolitischen Maßnahmen, insbesondere auch bei der Festlegung von Konditionen sein.

Die Zukunft der gedruckten Medien und damit auch des Buchhandels hängt entscheidend davon ab, dass Buch und Zeitschrift als konkurrenzlos vielfältige Quelle von Informationen und Unterhaltung in der Öffentlichkeit präsent sind. Alle Sparten des Buchhandels sind aufgerufen, sich untereinander umfassend zu informieren und das Bewusstsein für das breite Angebot des Buchhandels in der Öffentlichkeit wach zu halten und zu fördern.

I. Verlage

1. Die Verlage werden bei ihrer Konditionengestaltung darauf achten, dass auch kleinere Sortimente und Barsortimente wettbewerbsfähig bleiben.

- So werden die Verlage im Interesse eines wirtschaftlichen Bezugs durch das Sortiment darauf achten, dass das Barsortiment möglichst viele ihrer Titel führt.
- Die Verlage werden weiter bei ihrer Konditionengestaltung dafür sorgen, dass der Einzelbezug von nur beim Verlag geführten Titeln erleichtert wird. Sie sind jederzeit bereit, solche Einzelbestellungen auszuführen.
- Barsortimente werden von den Verlagen ohne sachlich gerechtfertigten Grund nicht zu ungünstigeren Bedingungen beliefert, als maximal Firmen oder Gruppierungen des Einzelhandels oder brachenfremden Unternehmen, insbesondere Großhändlern, eingeräumt werden.

2. Die Verlage werden einen möglichst stetigen Konditionenrahmen anstreben, auch unter Berücksichtigung des Redaktionsschlusses des VLB und der Barsortimenterkataloge, damit die Handelspartner Sortiment und Barsortiment eine langfristige Entscheidungsbasis haben.

3. Das Sortiment ist der Hauptvertriebspartner der Verlage; die Verlage beachten das bei ihren Vertriebs- und Werbemaßnahmen.

4. Die Verlage werden den Buchhandel frühzeitig und fortlaufend über ihre Produktion informieren, insbesondere durch VLB, Börsenblatt-Anzeigen, Rundschreiben und Vertreter.

5. Die Verlage werden ihre Mengennachlässe entweder generell oder auf Anfrage bekannt geben, wobei sie sicherstellen werden, dass keine unterschiedlichen Bekanntgaben erfolgen.

II. Zwischenbuchhandel

1. Das Barsortiment versteht sich nicht als Konkurrent der Verlage, sondern als zweiseitiges Dienstleistungsunternehmen für Sortiment und Verlag.
2. Die Barsortimente werden bedenken, dass durch eine zu starke Differenzierung ihre Konditionen die kleinen und mittleren Kunden im Wettbewerb benachteiligt werden könnten.
3. Soweit Barsortiment und Verlagsauslieferung in einer Hand liegen, werden sie streng getrennt geführt; der Datenschutz wird gewährleistet. Es wird keine bevorzugte Belieferung des eigenen Barsortiments erfolgen. Selbstaussliefernde Verlage werden durch das Barsortiment und das Kommissionsgeschäft nicht benachteiligt.
4. Die Barsortimente werden ihre Lagerhaltung aufgrund einer angemessenen Mischkalkulation, orientiert an den Bedürfnissen des Sortiments, gestalten.
5. Ohne sachliche Gründe wird keine unterschiedliche Behandlung von Verlagen bei der Lagerhaltung erfolgen.
6. Die Barsortimente sind bereit, mit den Verlagen einen ständigen Informationsaustausch über ihre Lagerpolitik und deren Veränderung zu führen.
7. Die Barsortimente werden ihr Bestellverhalten an den gewährten Großhandelskonditionen orientieren.
8. Der Zwischenbuchhandel wird sich an einem integrierten Informations- und Bestellsystem beteiligen.
9. Der Zwischenbuchhandel wird die Teilnahme neuer Verlage und Buchhandlungen am Geschäftsverkehr erleichtern.

III. Sortiment

1. Als Voraussetzung für die Erhaltung der Preisbindung wird das Sortiment breite Lagerhaltung – unter Berücksichtigung der Backlist – pflegen und das Besorgungsgeschäft in vollem Umfang aufrechterhalten.
2. Das Sortiment wird durch kundenorientierte, aktive Vertriebs- und Dienstleistungen die Literaturverbreitung fördern.
3. Im Interesse der Literaturvielfalt wird das Sortiment bei seinem Einkaufsverhalten insbesondere auch kleinen Verlagen eine Chance einräumen.
4. Durch rationelles Bestellverhalten, insbesondere Auftragsbündelung, wird das Sortiment zur Reduzierung der Bestell- und Vertriebskosten beitragen. Hierzu gehört auch eine vernünftige Aufteilung der Aufträge auf Verlag und Barsortiment.
5. Das Sortiment wird Remissionen nur im Einvernehmen mit dem Verlag vornehmen.
6. Das Sortiment arbeitet bei seiner Information über Programme und Neuerscheinungen aktiv mit den Verlagen und deren Vertretern zusammen.

Quelle: Recht im Verlag, Frankfurt am Main 1995