

Abschnitt I

Allgemeine Bestimmungen

§ 1

Geltungsbereich

Diese Anordnung regelt den Vertrieb von Presseerzeugnissen.

§ 2

Begriffsbestimmungen

Vertrieb ist jegliche organisierte Verbreitung von Presseerzeugnissen. Dabei können die Presseerzeugnisse verkauft oder unentgeltlich abgegeben werden.

§ 3

Zulassung zum Vertrieb

(1) Zum Vertrieb sind zugelassen:

- a) Presseerzeugnisse, die in der Deutschen Demokratischen Republik erscheinen und eine Presselizenz nach den dafür geltenden Rechtsvorschriften erhalten haben, und
- b) importierte Presseerzeugnisse, für die vom Ministerium für Post- und Fernmeldewesen eine Zulassung zum Vertrieb erteilt wurde.

(2) Die Titel der Presseerzeugnisse, die zum Vertrieb zugelassen sind, werden in der Postzeitungsliste bekanntgemacht, ausgenommen Betriebszeitungen gemäß § 5 Abs. 7.

(3) Anträge auf Zulassung importierter Presseerzeugnisse zum Vertrieb sind schriftlich beim Ministerium für Post- und Fernmeldewesen zu stellen. Zulassungen können widerrufen werden, wenn die Voraussetzungen, die für das Erteilen der Zulassung maßgebend waren, nicht mehr gegeben sind.

§ 4

Ausschluß vom Vertrieb

(1) Presseerzeugnisse, die nicht zum Vertrieb zugelassen worden sind, dürfen nicht vertrieben werden und sind von der Postbeförderung ausgeschlossen. Das gilt auch für solche Nummern zum Vertrieb zugelassener Presseerzeugnisse, deren Inhalt gegen Rechtsvorschriften verstößt.

(2) Für die Presseerzeugnisse gemäß Abs. 1 gelten die Bestimmungen des § 9 der Post-Anordnung vom 28. Februar 1986 (GBl. I Nr. 8 S. 69) über die Folgen des Ausschlusses von der Postbeförderung. Im internationalen Postverkehr gelten die entsprechenden zollrechtlichen Bestimmungen.

§ 5

Grundsätze für den Vertrieb

(1) Die Deutsche Post organisiert den Pressevertrieb unter Beachtung der mit Hilfe der Presseerzeugnisse zu lösenden politischen, kulturpolitischen und wirtschaftspolitischen Aufgaben nach volkswirtschaftlich effektivsten Möglichkeiten.

(2) Die Deutsche Post vertreibt Presseerzeugnisse im Abonnement und im Einzelverkauf. Außerdem liefert sie Presseerzeugnisse für den Verkauf an Handelseinrichtungen und Vertriebsmitarbeiter. Tageszeitungen, ausgenommen Abendzeitungen, und Fach- und wissenschaftliche Zeitschriften werden vorrangig im Abonnement vertrieben.

(3) Presseerzeugnisse werden von der Deutschen Post unverzüglich befördert und ausgehändigt sowie im Einzelverkauf angeboten. Dabei werden Tages- und Wochenzeitungen vorrangig behandelt.

(4) Sollen Presseerzeugnisse in Ausnahmefällen nicht durch die Deutsche Post vertrieben werden, so bedarf dieser Vertrieb (im folgenden Eigenvertrieb genannt) gemäß § 7 des Gesetzes über das Post- und Fernmeldewesen der Genehmigung des Ministers für Post- und Fernmeldewesen. Eine Genehmigung für den Eigenvertrieb ist auch erforderlich, wenn nur ein Teil der Auflage eines Presseerzeugnisses nicht durch die Deutsche Post vertrieben werden soll.

(5) Ein Antrag auf Genehmigung des Eigenvertriebs ist rechtzeitig vor dem vorgesehenen Vertriebsbeginn beim Ministerium für Post- und Fernmeldewesen schriftlich zu stellen. Die Genehmigung für den Eigenvertrieb kann befristet oder unbefristet erteilt werden.

(6) Genehmigungen für den Eigenvertrieb können geändert und widerrufen werden, wenn die Voraussetzungen nicht mehr gegeben sind, die für das Erteilen der Genehmigung maßgebend waren, oder die erteilten Auflagen nicht erfüllt werden.

(7) Keiner Genehmigung bedarf der Eigenvertrieb

- a) aller Presseerzeugnisse, die im Verlagsstückverfahren versandt werden,
- b) von Betriebszeitungen, die in der Deutschen Demokratischen Republik erscheinen, und
- c) einzelner Exemplare (Frei- und Tauschexemplare, Direktbelieferung von Einzelbestellungen für Exemplare aus zurückliegenden Inkassozeiträumen usw.).

Abschnitt II

Allgemeine Leistungsbedingungen für die Lieferung von Presseerzeugnissen an die Deutsche Post

§ 6

Vertragsangebot für neu erscheinende Presseerzeugnisse

(1) Das Vertragsangebot ist der Deutschen Post vom Verlag spätestens am 10. des zweiten Monats vor dem vorgesehenen Vertriebsbeginn — soll der Vertrieb am 1. Januar beginnen, spätestens am 20. Oktober des Vorjahres — zu übergeben. Für zentral erscheinende Presseerzeugnisse ist das Vertragsangebot dem Zeitungsvertriebsamt der Deutschen Post, für alle anderen Presseerzeugnisse der zuständigen Bezirksdirektion der Deutschen Post zu übergeben.

(2) Der Vertrieb kann nur mit Beginn des von der Deutschen Post in Abstimmung mit dem Verlag festzulegenden Inkassozeitraumes oder — sofern das Presseerzeugnis nur im Einzelverkauf vertrieben werden soll — mit dem Beginn eines Monats aufgenommen werden.

(3) Das Vertragsangebot muß insbesondere enthalten:

- a) den Titel des Presseerzeugnisses und eine kurze Charakteristik seines Inhalts,
- b) die Internationale Standardnummer für fortlaufende Sammelwerke (ISSN),
- c) die Erscheinungsweise,
- d) den Einzelverkaufspreis und den Abonnementspreis,
- e) den Inkassozeitraum,
- f) die für die Lieferung an die Deutsche Post vorgesehene Auflage,
- g) das Format, den Umfang und das Gewicht eines Exemplars und
- h) Angaben über die herstellende Druckerei, den Leistungs-ort und die Zuständigkeit für das Verpacken.

Dem Vertragsangebot sind 2 Belegexemplare beizufügen oder unverzüglich nachzureichen.

§ 7

Vertragsänderung und Vertragsaufhebung, Erstattung

(1) Für die Vertragsänderung und -aufhebung finden die Bestimmungen des § 6 Absätze 1 und 2 entsprechende Anwendung.

(2) Ergeben sich aus der Vertragsänderung bzw. -aufhebung Auswirkungen auf die Verträge der Deutschen Post mit den Abonnenten, sind die Abonnenten darüber vom Verlag rechtzeitig durch eine entsprechende Veröffentlichung in dem betreffenden Presseerzeugnis oder in anderer geeigneter Weise zu informieren.

(3) Werden durch die Vertragsänderung oder -aufhebung sowie die Nichterfüllung Erstattungen von Abonnementsgeld