

„Sie sagen: „dem Verleger sei kein Mittel gegeben, im Interesse der Benachtheiligten etwas zu thun“. Diese Behauptung hat auf den ersten Blick etwas für sich; denn man kann dem Producenten (Verleger) nicht verargen, wenn er sein Product bewegt, es möglichst verbreitet und verwerthet. Allein genauer betrachtet, zeigt sich ein anderes Bild.

„Indem der deutsche Verleger einen Ladenpreis seines Artikels für das Publicum fixirt und durch Procente von demselben den Wiederverkäufer befriedigt, steht er qua Producent dem Publicum und den Wiederverkäufern gegenüber in einer ganz andern Stellung, denn jeder andere, auf Speculation technisch vervielfältigende Gewerbetreibende, und die für letztere usuellen Formen in ihren Bewegungen (Handeln) rein mercantile aufgefacht, wie dies von vielen Verlegern in neuerer Zeit zur Verteidigung und Beschönigung ihrer Operationen geschieht, kann er nicht so ergreifen und üben wie jener.

„Deshwegen steht der Verleger dem Wiederverkäufer, Sortimenten, anders gegenüber als der Großist oder Detaillist (Händler) jedem andern Producenten, Fabrikanten. Jene (Händler) sind in ihren Operationen und Speculationen nicht geschützt durch einen bestehenden und öffentlich bekannt gemachten Preis der Waare, wie es die Wiederverkäufer literarischer Producte sind. Sie müssen Rücksicht nehmen auf Concurrenz, auf schwach besetzten oder überführten Markt, auf die Reizung oder das Bedürfnis des Publicums zum Kauf etc. und können darum ohne Präjudiz für die Producenten die Verkaufspreise ihrer Waaren den Umständen angepasst stellen, können damit variiren.

„Wenn aber die Wiederverkäufer literarischer Producte die vom Verleger ihnen eingeräumten Vortheile ausbeuten, sie ganz oder theilweis benutzen, um unter dem fixirten Verkaufspreis zu verkaufen, dies Verfahren systematisch üben, die wohlfeileren Preise öffentlich anzeigen etc., so arbeiten sie zum Nachtheil des Verlegers, Producenten, indem sie eigenmächtig den Preis seiner Waare devaluiren.

„Ihre Behauptung, selbst aus dem Gesichtspunkte des freien Handels betrachtet, wäre darum nur richtig, wenn Sie als Producent sich in gleicher Linie mit jenen stellten, also einen Ladenpreis für das Publicum nicht fixirten, ihn nicht öffentlich anzeigten und damit den Wiederverkäufern in genere specie überlassen, Ihre Producte zu verwerthen.

„Ist es Princip des guten deutschen Buchhandels, dem Publicum gleiche Preise zu sichern, es vor Willkür der Wiederverkäufer zu schützen, so zeigt die neuere Zeit, gleich wie in vielen anderen Richtungen auch hier, daß man Zweck und Mittel, Ursache und Wirkung nicht scharf genug beachtet, sie häufig sogar verwechfelt.

„Viele der neueren Verleger beachten das alte ehrenwerthe Princip nicht mehr, finden es nicht mehr passend, zeigen die Tendenz, es fahren lassen zu wollen. Sie wollen für sich bezüglich des Absatzes — um einen vulgären Ausdruck zu gebrauchen — Gewerbereicheit (dies beweisen ihre Sympathien für die Antiquare), halten aber andererseits da, wo es ihnen paßt, an der herkömmlichen Gewerbeordnung, indem sie Ladenpreise für das Publicum fixiren und bekannt machen, und die Sortimenten mit ihren Novitätensendungen beglücken.

„Das Abgehen vom Princip und die daraus entspringende einseitige Stellung kann nicht ermangeln, Conflict und Beschädigungen zu veranlassen. Einmal directe für den Wiederverkäufer (Sortimenten), dann auch indirecte für diese, wie z. B. das Eindringen gewerbsordentlich nicht Berechtigter — (Antiquare). Davon liegen Ihnen Facta vor. — Dies ist indessen nur die Erstwirkung. Die Nachwirkung trifft die Producenten, Verleger selbst später und dann nicht minder empfindlich dadurch, daß das Publicum den Glauben an die Ladenpreise verliert. Er ist dormal schon so gesunken, daß die Katalogpreise fast mehr als Anhaltspunkt zur Beurtheilung der Annehmbarkeit oder Billigkeit eines Angebots betrachtet werden; er muß und wird vollends verloren gehen, wenn der Verleger, der sich das Recht nimmt, seinen Verlagsartikel im Preis zu fixiren, die factisch und öffentlich geübte Devaluation seines Verlagsgegenstandes sich gefallen läßt, dazu schweigt, nichts dagegen thut. — Ist der Glaube des Publicums an Ladenpreise verloren, dann ist auch das Charakteristische des deutschen Buchhandels glücklich überstanden, und das Publicum wird alsdann in hundert Fällen kaum einmal zum Ladenpreise einkaufen, es wird, wie schon jetzt häufig zu hören ist, sagen: ich kann warten, bis über's Jahr das Buch beim Antiquar billiger zu haben ist. — Der Absatz neuer Bücher wird sich immer mehr vermindern, die Saldi der Verleger schmälern und dann werden sie die Früchte ihrer Thaten ernten, die Früchte, welche daraus entspringen, daß man ein Recht übt, ohne eine daraus abfließende Pflicht anzuerkennen, dadurch an dem Wiederverkäufer nicht allein, sondern weit mehr am Publicum sündigt.“

### Bücherabsatz in Deutschland.

Seit Jahrzehnten hat in Deutschland kein belletristisches Werk einen solchen Erfolg gehabt, als Freytag's „Soll und Haben“. Eine aus guter Quelle geschöpfte Uebersicht über die verschiedenen Ausgaben des Romanes vom Tage seines Erscheinens an bis auf die letzten Wochen wird dies deutlicher machen. „Soll und Haben“ erschien zuerst Ende April 1855 in einer Auflage von 1000 Exemplaren. Schon im Juli desselben Jahres folgte eine zweite, nicht ganz zwei Monate darauf eine dritte Auflage, jede von 750 Exemplaren. Acht Wochen später verließ die vierte, wieder 1000 Exemplare stark, die Presse, und ehe ein Jahr nach dem Erscheinen der ersten verlossen war, wurde eine fünfte nöthig, welche in 1500 Exemplaren abgezogen wurde. Man konnte nach den bisherigen Erfahrungen annehmen, daß damit der Bedarf des Publicums, welches 5 Thlr. für einen Roman zahlen kann, so ziemlich erschöpft sein werde. Es war nicht so, und im November veranstaltete der Verleger eine sechste Ausgabe, welche 2000 Exemplare stark war.

Inzwischen war der Wunsch laut geworden, der Roman möge auch den weniger bemittelten Schichten des Volkes zugänglich gemacht werden. Diesem Wunsche entsprach die Ausgabe, welche in der Ostermesse 1858 die Presse verließ. Sie war zu dem Preise von 1 Thlr. 10 Ngr. zu haben, und daß sie ein Bedürfnis erfüllte, bewies sich dadurch, daß binnen sechs Wochen die 5000 Exemplare, aus denen sie bestand, abgesetzt waren. Eine weitere Auflage, ebenfalls 5000 Exemplare stark, war fast ebenso rasch vergriffen, und soeben verläßt die dritte, wiederum in 5000 Abzügen, die Presse. So sind denn binnen 3½ Jahren nicht weniger als 7000 Exemplare der Ausgabe zu 5 Thlr. und 15,000 der Volksausgabe von „Soll und Haben“ auf den Büchermarkt gelangt — ein Phänomen, welches allerdings kein absoluter Beweis für den Werth des Buches, wohl aber ein entschiedener Beweis dafür ist, daß dasselbe mit seiner Sprache den Geschmack und mit den in ihm verkörperten Gedanken und Bestrebungen die Gedanken und Bestrebungen eines sehr großen Theils unserer Nation, und zwar nicht bloß der Vornehmen und Reichen, getroffen hat.

Der Erfolg von „Soll und Haben“ hat sich aber nicht auf Deutschland beschränkt. Zunächst erschienen sehr bald nach den ersten Leipziger Auflagen mehrere Nachdrucke in Amerika. Der erste war der in H. Börnstein's „Anzeiger des Westens“, welcher den Roman im October 1855 brachte. Ein zweiter erschien im März des nächsten Jahres in der von G. Schneider und Daniel Hertle redigirten „Täglichen Illinois-Staatszeitung“, und ein dritter um dieselbe Zeit als Band für sich in der Buchhandlung von Ed. Bühler u. Comp. zu St. Louis. Letzterer, 1 Band in einer Art Lexikonformat, ist auch in typographischer Beziehung ein Muster der Art, wie man nicht drucken soll.

Inzwischen machte der Roman auch im Auslande von sich reden und bald hörte man von verschiedenen Uebersetzungen. Zuerst erschien 1856 bei Heckenast in Pesth eine ungarische, dann folgte 1857 eine schwedische, in demselben Jahre eine französische im „Moniteur“, die dann auch apart in 2 Bänden erschien, im Herbst desselben Jahres drei englische, denen 1858 noch eine vierte folgte, die später von einer New-Yorker Firma nachgedruckt wurde. Neuerer Zeit sind noch eine holländische und eine italienische Uebersetzung angekündigt.

Der Erfolg des Freytag'schen Buches steht übrigens nicht vereinzelt da. Stolle's historischer Roman „1813“ wurde in drei Auflagen gedruckt, deren jede mindestens 1000 Exemplare anzuschlagen sein dürfte. Später erschien derselbe Roman in der Gesammtausgabe der Stolle'schen Schriften in 5000 Exemplaren, die nach drei Jahren bereits vergriffen und von zwei neuen Auflagen von je 1000 Exemplaren ersetzt wurden. Außerdem erschienen hol-