

Westermann in Braunschweig.

11221. Westermann's illustrierte deutsche Monatshefte f. das gesammte geistige Leben der Gegenwart. Jahrg. 1864. Nr. 1. Ser.-8. pro cpl. à Nr. * $\frac{1}{2}$ #

Wiegandt & Hempel in Berlin.

11222. Thier-Album, landwirthschaftliches, in Photographien. 3. Lfg. Die internationale landwirthschaftl. Ausstellg. in Hamburg, 1863. Hrsg. unter Mitwirkg. von H. v. Nathusius u. A. Krocke. 3. Lfg. qu. Fol. * $3\frac{1}{2}$ #

B. Masson & Fils in Paris.

Pouchet, F. A., nouvelles expériences sur la génération spontanée et la résistance vitale. gr. 8. 1864. Geh. * 2 #

Pouchet, G., Précis d'histologie humaine d'après les travaux de l'école française. gr. 8. 1864. Geh. * 1 # 18 N^o

Muquardt's Verl.-Expd. in Brüssel.

Waagen, G. F., Manuel de l'histoire de la peinture. Ecoles allemande, flamande et hollandaise. Traduction par Hymans et J. Petit. Tome 3. gr. 8. 1864. Geh. * 1 # 26 N^o

Nichtamtlicher Theil.

Einige Bemerkungen zu der von dem Sortimenterverein herausgegebenen Denkschrift.

Einverstanden mit der Anschauung, die obigen Verein ins Leben gerufen, daß nämlich der jetzige Zustand unseres Geschäfts ein ungesunder sei, indem dasselbe auch dem fleißigen und treuen Arbeiter nicht mehr die nöthigen Früchte trägt, begreife ich vollkommen die Bestrebungen, sich nach Hilfsmitteln umzusehen, dem Uebel an die Wurzel zu kommen. Es ist hier vom Sortimentsgeschäft die Rede, über die Resultate des Verlagsgeschäfts habe ich keine maßgebenden Erfahrungen, ich weiß nur, daß auch in diesem jährlich große Summen verloren werden. Je mehr der Sortimenter anfängt genau zu rechnen, und sich durch jährliche Abschlüsse genaue Rechenschaft von dem gewonnenen Resultate zu geben, desto deutlicher wird ihm die Nothwendigkeit, daß es so nicht länger fortgehen kann.

Einverstanden bin ich ferner mit der Denkschrift über das Ziel, das vor allem anderen anzustreben ist, nämlich, daß für die Privatkunden der Ladenpreis wieder der wirkliche Verkaufspreis werde. Von der Erreichung dieses Zieles hängt es ab, ob der deutsche Sortimentsbuchhandel in seiner eigenthümlichen und mit der deutschen Wissenschaft eng verwachsenen Organisation lebensfähig bleiben soll. Ich bitte meine Collegen, es sich einmal selbst klar zu machen, wie viel von ihrem Umsatz sie noch zum Ladenpreis verkaufen. Die Denkschrift meint freilich, Rabatt würde außer den Unterhändlern nur den Bibliotheken und bedeutenden Kunden gegeben; ich sehe wohl ohne Widerspruch die Lesegesellschaften und andere Gesellschaften hinzu; aber sind damit nicht die eigentlichen Hauptfactoren unseres Absatzes getroffen, und können wir den einzelnen Mitgliedern der Gesellschaften, oder dem baar bezahlenden Kunden den Rabatt verweigern, den wir auf jene Jahresrechnungen bewilligen?

Nach meinen Erfahrungen, und ich mache seit 20 Jahren jährlich einen genauen Abschluß, kann der Sortimenter den Privatkunden keinen Rabatt geben, wenn er von dem Ertrage des Geschäftes leben will, und doch wird die Forderung nach Rabatt alle Tage lauter und dem Kunden ist es nicht zu verdenken, da er ihn leicht haben kann. Ich werde diese meine auf Erfahrung gestützte Behauptung unten in Zahlen nachweisen. Hiernach muß also die erste Frage also lauten: Wie können wir den Rabatt an Privatkunden abschaffen? Die rechte Fragestellung ist hier, wie überall, etwas sehr Wichtiges und halte ich es allerdings mit einem Aussage im Börsenblatt für ein „entnervendes Beginnen“, wenn der Sitz des Uebels nicht erkannt und deshalb auf falscher Fährte gesucht wird.

Verleger und Sortimenter haben so naturgemäß gegenseitig ein Interesse an dem gegenseitigen Gedeihen, daß es unverständlich ist, sich dieselben als feindlich gegenüberstehend zu denken, dies hebt die Denkschrift sehr richtig hervor. Wenn also die Sortimentsbuchhändler den Beweis führen können, daß es zur Erhaltung des Sortimentsgeschäftes erforderlich ist, daß die Ver-

leger die Ladenpreise so ansetzen, daß sie alles mit einem Drittel rabattiren, so werden die Verleger dies im eigenen Interesse thun. Ganz anders erscheint aber das Verlangen nach $33\frac{1}{3}\%$ Rabatt, das sich darauf stützt, weil die Sortimenter ihren Kunden Rabatt geben müssen. Der Viertel-Rabatt ist aber aus dem Grunde entstanden, daß die Sortimenter von Ordinär-Artikeln Rabatt gaben. Die Denkschrift sagt nun sehr richtig, der Unterschied zwischen Ordinär- und Netto-Artikeln ist beim Rabattiren nicht mehr aufrecht zu halten. Deshalb kann ich die allgemeine Rückkehr zu $33\frac{1}{3}\%$ Rabatt nur für schädlich halten, und schließe mich dem an, was schon Hr. Müller aus Bremen laut Protokoll der Coburger Versammlung dort geltend gemacht hat. Ich komme deshalb zu einer anderen Antwort auf die Frage: Wie kann der Rabatt an die Privatkunden abgeschafft werden? Dazu ist es unerläßlich, daß künftig der ganze Commissions-Verkehr zwischen Verlegern und Sortimentern sich nur auf 25% Rabatt gründet. Welch weitere Vortheile dann die Verleger bei festen oder Baar-Bezügen bewilligen, bleibt der Speculation überlassen. Dann kann der Gesamtbuchhandel erklären: der Rabatt an das Publicum fällt künftig fort, die Ladenpreise werden billiger gestellt, die Provision ist ermäßigt; denn eine allgemeine Maßregel muß es sein, der Einzelne, selbst eine einzelne Provinz, vermag jetzt nichts gegen den Rabattunfug. Auf diesem Wege haben andere kaufmännische Geschäfte langjährige Mißbräuche abgeschafft und es gelten jetzt in diesen Geschäften „feste Preise“ auch dem Publicum als Empfehlung.

Wie stehen wir jetzt dem Publicum gegenüber! Der Rabatt wird als ein Recht gefordert, ja das Vorenthalten desselben selbst als eine Unrechtmäßigkeit angesehen; und ist es zu billigen, daß wir dem Dreisten und Zudringlichen mehr bewilligen als dem, der uns glaubt, daß wir ihm den billigsten Preis genannt haben? Wird einmal Rabatt gegeben, so ist die Höhe desselben ein beständiger Grund des Feilschens und das Mittel, sich Kunden abzufangen.

Das moderne Antiquariat wird als das zu bekämpfende Uebel bezeichnet; was ist eigentlich darunter verstanden? Doch nicht die oft täuschenden Anzeigen, die aufgekauften Auslagen-Reste ausbieten? Ich meine den Kunden-Rabatt, das ist eigentlich das moderne Antiquariat.

Es gibt ja einzelne und bedeutende Handlungen, die ihr Geschäft auf andere Prinzipien gebaut haben; sie führen keine Novitäten, geben nichts zur Ansicht, verkaufen nur gegen baar, kennen keine Ladenpreise, sondern verkaufen alles mit 25% Nutzen, was sie mit baarem Gelde und vielem literarischem Tacte eingekauft haben. Nur einzeln können solche Handlungen, wenn sie gut geleitet werden, existiren, eben weil der regelmäßige Sortimentshandel ihnen das Feld bestellen hilft, aber es ist ein schwerer Irrthum, wenn der deutsche Sortimentsbuchhändler, der, um der Literatur und seinen Kunden zu dienen, eine Menge Arbeit und Kosten hat, die ihm direct nicht bezahlt werden, mit diesen Geschäften concurriren will und deshalb Concessionen macht, wáh-