

Nichtamtlicher Theil.

Die Baarsortimente im Buchhandel.

Von einem Verleger.

Fortwährend werden Klagen laut, begründete und unbegründete, wie der Verkehr im Buchhandel ein so arg complicirter und kostspieliger sei, bei Baarbezug ein so geringer Rabatt gewährt werde, daß mit ihm zu bestehen beinahe ein Ding der Unmöglichkeit sei und was dergleichen mehr ist. Das sind vornehmlich die Klagen des Sortimenters.

Dahingegen lamentirt der Verleger, wie das Rechnungsjahr so groß und die Summe der Ostermehlliste so klein sei; daß er bei den theuern Herstellungskosten und dem langen Credit größern Rabatt nicht gewähren könne; daß er an den Einbänden nichts verdiene, sondern sie zum Selbstkostenpreise liefern müsse und dergleichen.

Diesem allen möchten wir mit einer Hinweisung begegnen, die heute, wo das Weihnachtsfest und mit ihm der vermehrte Absatz vor der Thür, mehr als je am Plage ist und welche sich Verleger und Sortimenter, wenn sie ihnen gleich nichts wesentlich Neues bietet, weislich merken und zu Herzen nehmen sollten: wir meinen die Baarsortimente im Buchhandel.

Wir haben jetzt, wo ein neues Baarsortiment ersten Ranges, das der Herren Frieze & Lang in Wien gegründet worden ist, im Deutschen Reiche mit Oesterreich deren fünf, und zwar das von J. Bachmann in Berlin, L. Staackmann und Fr. Boldmar in Leipzig, A. Koch & Co. in Stuttgart und endlich das schon erwähnte von Frieze & Lang.

Es ist leider Thatsache, daß diese vortrefflichen Institute, die gleichermaßen dem Verleger wie dem Sortimenter in die Hände arbeiten, noch lange nicht gebührend gewürdigt werden, und es ist ferner gewiß, daß viele Klagen bald aufhören dürften, wenn man nicht an vielen Stellen noch immer meinte, sie ohne Verlust umgehen zu können. Mit Unrecht! Denn wenn je Institute erstanden, die „einem seit lange gefühlten Bedürfnis“ abzuhelfen berufen sind, so sind es in erster Reihe die Baarsortimente, die im Einzelnen mit dem denkbar geringsten Nutzen arbeiten und nur in wirklichem Massenabsatz die Bedingungen ihrer Existenz finden können.

Betrachten wir zuerst die Sache vom Standpunkt des Verlegers.

Es ist wohl allgemein bekannt, daß der Verleger dem Baarsortimenter seinen Verlag franco, mit den üblichen Freieemplaren und einigen wenigen (durchschnittlich sieben) Procent Extra-Rabatt liefert. Dafür aber bestellt der Baarsortimenter größere Partien auf einmal, bezahlt sie baar ohne irgend eine Bedingung der Rücknahme im Fall der Unverkäuflichkeit und übernimmt somit alles Risiko für den bezogenen Artikel.

Das wäre schon an sich genug, da diese Manipulation dem Verleger unterschiedliche Arbeiten, die oft enormen Auslagen für Buchbinder-Arbeiten abnimmt, und ihm größere Geldbeträge zur zinsbringenden Verwendung zuweist; aber der Baarsortimenter thut noch mehr! Er kündigt interessante Novitäten wiederholt im Börsenblatt an und versendet auf seine Kosten specielle Circulare, eine Thätigkeit, die zwar in erster Reihe dem Baarsortimenter selbst, im Großen und Ganzen aber doch dem Verleger zu gute kommt. Dazu die Hunderttausende von kleinen Katalogen für das Publicum, die Fr. Boldmar alljährlich verbreitet; sie findet man allüberall, im Schloß und in der Hütte der armen für ihre Kinder besorgten Wittwe, und der Schreiber dieser Zeilen weiß aus eigener, langjähriger Erfahrung, daß die Gymnasiasten und Realschüler seiner Heimath den kleinen Boldmar'schen Katalog als ihren unzertrennlichen Begleiter betrachteten, der, wo es sich um literarische Festgeschenke handelte, hervorgeholt wurde und seinen Rath nie versagte.

Dessen sollte der Verlagsbuchhandel sich stets gern erinnern und in diesem Bewußtsein die Baarsortimente vor allem unterstützen.

Und das geschieht am besten, wenn er die Verlagsartikel, die vom Publicum in eleganten Ausstattungen verlangt werden, nicht selbst gebunden vertreibt, sondern ihren Vertrieb den Baarsortimentern überläßt.

Es ist das eine Sache der Billigkeit und der Klugheit, und die Herren Verleger, welche bisher selbst ihren Verlag gebunden auslieferten oder ihn zugleich mit den Baarsortimentern verkauften, — sie sollten den Versuch machen und den Verkauf den Baarsortimentern ausschließlich überlassen. Die Erfahrung lehrt es, daß der Absatz nicht nur nicht geringer, sondern vielmehr ein zunehmender wird, Thatsachen, die der Schreiber dieser Zeilen, Vorstand einer der größten deutschen Verlagsbuchhandlungen, aus seiner Praxis vielfach zu constatiren in der Lage ist.

Es sollte aber der Verleger gegen den Baarsortimenter auch sonst coulant sein, in erster Reihe ihn rechtzeitig vom Erscheinen neuer Auflagen in Kenntniß setzen und, sofern es ohne Schaden geschehen kann, alte Auflagen zurücknehmen und solche vor Erscheinen der neuen selbst ausliefern resp. kleine Gutschriften eintreten lassen, und endlich sollte er in seinen Circularen gelegentlich der gebundenen Exemplare stets auf die Baarsortimenter hinweisen. Das sind Pflichten des Anstandes, unter Umständen auch wohl kleine Opfer, die aber leicht zu Gewinnen werden und sicherlich den Geschäftsverkehr erleichtern und ihn zu einem angenehmen machen.

Und wären die Vortheile des Sortimenters etwa geringere? Mit nichten!

Zwar von jenen Firmen kann hier füglich nicht die Rede sein, die vermöge ihrer zu knapp bemessenen Mittel den Rechnungsbezug vom Verleger mit 25% dem von dem Baarsortimenter mit 33 $\frac{1}{2}$ —40% vorziehen müssen; was hier gesagt wird, gilt von den Firmen, die rationell wirthschaften können und wollen.

Zuerst, welch' einfache Buchführung mit einer oder zwei Firmen, die noch dazu nur baar liefern und so viele Schreibereien unnöthig machen.

Sodann der verhältnißmäßig hohe Rabatt, den der Baarsortimenter gewährt und der nicht selten höher ist als der des Verlegers selbst; ein Rabatt, der unverkürzt auch von den Einbänden gewährt wird und so erst den Verkauf der eleganten und theuren Artikel wirklich nutzbringend macht. Man beziehe, um ein anderes Beispiel anzuführen, Georges' lat. Lexikon vom Verleger, lasse es binden und vergleiche alsdann den Selbstkostenpreis mit jenem, den der Baarsortimenter berechnet: es wird sich eine Preisdifferenz von vielleicht 3 M. ergeben. Das aber nicht allein; wir wiederholen es, auch dem Verleger gegenüber ist der Baarsortimenter, wenn sie beide denselben gebundenen Artikel führen, zumeist ungleich billiger und was er fast immer voraus hat, das ist die Eleganz und Sauberkeit der Einbände.

Ein drittes Moment endlich ist die Thatsache, daß der Sortimenter stets weiß, was er vom Baarsortimenter beziehen kann, und auch hier möchten wir wieder an den typischen grünen Boldmar'schen Katalog erinnern, der unfehlbaren Rath erteilt und deshalb dem ordentlichen Sortimenter stets zur Hand ist. Ihm machen freilich die Kataloge der Concurrenten mit den Jahren mehr und mehr Konkurrenz, aber jeder Verständige kann nur seine Freude daran haben.

Ein Blick genügt, um sämtliche Classifier-Ausgaben aller Concurrenten mit Formaten und Preisen (und schließlich dem Gewinne) überrechnen zu können und der denkende Sortimenter wird bald wissen, ob er je nach der Lage der Dinge Goethe's Werke aus dem Verlage von Cotta, Grote, dem Bibliogr. Institut, Prochaska oder Reclam empfehlen soll. Und wie viele Rubriken enthalten jetzt die