

Teubner in Leipzig ferner:

6036. **Ostmann, G.**, lateinisches Vocabularium. 1. 3. u. 4. Abth. gr. 8. 1 M. 35 S.
 1. Für Sexta. 15. Aufl. 30 S. — 3. Für Quarta. 8. Aufl. 45 S. — 4. Für Tertia. 5. Aufl. 60 S.
6037. — lateinisch-deutsches u. deutsch-lateinisches Wörterbuch zu Ostermann's lateinischen Übungsbüchern f. Sexta u. Quinta. 8. Aufl. gr. 8. 75 S.
6038. **Richter, E. A.**, Beiträge zur Kritik u. Erklärung d. Sophocleischen Philoctet. gr. 4. Altenburg. * 1 M.
6039. **Scherling, C.**, Grundzüge der axonometrischen u. schiefen Parallel-Projection. gr. 4. In Comm. * 1 M.

Teubner in Leipzig ferner:

6040. **Birth, G.**, deutsches Lesebuch f. höhere Töchterschulen. 1—5. Thl. 2. Aufl. gr. 8. * 8 M.
 1. * 80 S. — 2. * 1 M. — 3. * 1 M. 60 S. — 4. * 1 M. 80 S. — 5. * 2 M. 80 S.

Veit & Co. in Leipzig.

6041. **Archiv f. Anatomie, Physiologie u. wissenschaftliche Medicin.** Hrsg. v. C. B. Reichert u. E. Du Bois-Reymond. Jahrg. 1876. 1. Hft. gr. 8. pro opl. * 24 M.

Höttinger in St. Petersburg.

- Vessélovsky, A.**, Annuaire des finances russes. Budget, Crédit, Commerce, Chemins de fer. 3. Année. gr. 8. In Comm. ** 10 M.

Nichtamtlicher Theil.

Zur Frage der Beseitigung des Kundenrabattes oder des Ladenpreises.

Der Kundenrabatt, dieses am Gewinne des Sortimenters zehrende chronische Leiden, dessen Ursache, Concurrenz um jeden Preis, sich nicht mehr hinausweisen läßt, bedarf nachgerade ernster Würdigung. Alle Versuche, die Rabattscala durch Localcoalitionen herabzumindern, ebenso das Streben einzelner Verleger, durch einen verringerten Rabattsatz zu häuslicherem Umgange zu zwingen, schlugen noch stets fehl und werden für immer ohnmächtige Versuche sein und bleiben. Die Sonderinteressen durchkreuzten seither jedes Schutz- und Trugbündniß und sind die Sortimenter einer Stadt wirklich und ausnahmsweise zu gegenseitiger Schonung bereit, so streut eines Tages ein Exporteur über das sorglich gehegte Terrain eine Unzahl eines, Tausende von Titeln enthaltenden, übersichtlich und handlich ausgestatteten Katalogs couranter Artikel und beschleunigt den Rückgang der ohnehin nicht ganz ehrlich gemeinten Absicht, am Ladenpreise festzuhalten. Ist man endlich gewillt, den Frevler zu maßregeln, ihm den Bezug zu erschweren oder völlige Creditlosigkeit — Reichsacht — über ihn zu verhängen, so sind damit die Hunderte, die derselben Uebung huldigen, nicht ungeschädlich geworden — der Vampyr erfreut sich eines ungeschwächten Daseins, so lange er selbst daran Geschmack findet! Inzwischen müht sich das Provinzial-Sortiment in den seltsamsten Formen, der Plage ledig zu werden, beunruhigt die Verleger, die auch nicht alle reinen Gewissens sind, mit Denunciationen, ohne der „Reform“ auch nur einen Millimeter näher zu treten.

Ich hielt für nöthig, den thatsächlichen Untergrund offen darzulegen, weil ich, zwar jeder Aufbesserung des Ganzen zugethan, doch die Wiederholung unnützer Experimente vermieden sehen möchte. Nach meiner Auffassung liegt des Uebels Kern nicht im Kundenrabatt, der eine Nothwendigkeit und maßvoll gehandhabt kein Nachtheil ist, sondern in dem fixirten Ladenpreise, für dessen Verdrängung hier übrigens nicht die erste Stimme laut wird.

Gilt der Ladenpreis als Gradmesser des Werthes oder als Schutz des Publicums gegen übertriebene Preisforderungen, so lehrt die Praxis hinsichtlich des ersteren Motivs, daß der Kundenrabatt diese Werthausmittelung längst illusorisch gemacht und ein allgemeines Mißtrauen in den normirten Verkaufspreis hervorgerufen hat; rücksichtlich des zweiten aber beweisen Rußland, England, Amerika trotz meist höheren Rabattgenusses, daß gewisse Handelsinteressen die vom Verleger errichtete Schranke nicht respectiren dürfen und können. Fällt der Ladenpreis, so erwächst dem Verleger allerdings die Pflicht, andere Merkmale für den Werth seines Artikels hervorzuheben, um die Kauflust nach dieser Seite anzuregen und zu sichern. Er wird der Reclame eine sorgsamere Behandlung widmen müssen, Bedeutung des Autors und seiner Arbeit, Vorzüge der Ausstattung: Papier, Druck, Format, Illustrationen hervorzulehren haben. Die Theilung der Insertions-

kosten, die intelligente Verleger bereits verwirklicht und gleichgeartete Sortimentler acceptirt haben, wird allgemein werden. Der Sortimentler hätte sich zu bemühen, dem Werthe der Bücher durch eigene Prüfung näher zu treten, oder würde schärfer auf die Werthkennzeichen achten, um diese dem Käufer anschaulich zu machen, er käme nothgedrungen und heilsamerweise zu selbständigerer Stellung seiner Waare gegenüber und hätte nicht ausschließlich das Echo verlegerischer Calculationen zu bilden.

Prospecte etc. erlangten größere Würdigung. Lagerkataloge würden Bedürfniß. Zweifelsohne würde auch seitens des Publicums den edirenden Firmen regere Aufmerksamkeit geschenkt und gelangten die Artikel derjenigen zur Bevorzugung, deren Reclame den Stempel der Wahrheit auf Grund vorhergegangener Publicationen voraussetzen läßt. Die Reclame gewönne an Styl, gestaltete sich zu einem unbedingten Operationsmittel und würde den hergebrachten Wortschwall, der mehr verdeckt als enthüllt, abstreifen. Hand in Hand mit der kaufmännischen Speculation gehend, könnte der Verleger die unvorhergesehene Nachfrage nutzen und den Preis seines Buches innerhalb der ersten Auflage erhöhen, ohne damit einer irgend befremdenden Auffassung zu begegnen. In gleichem Sinne würde der Sortimentler völlig legal handeln, wenn er nach Lage der Umstände den Preis steigerte. Erscheinungen geringen Umfanges und niederen Laden-, hier Einkaufspreises, die oft von hohem, aber nur temporärem Interesse sind, würden vorübergehend gute Cassaerfolge abwerfen, weil im Falle lebhafter Nachfrage eine Preiserhöhung selbst um das Doppelte der ersten Forderung dem Publicum nicht auffällig werden könnte, das meist à tout prix die Neugierde befriedigen will. Mögen Einzelne bei besonderen Vorkommnissen auch schon ähnlich operirt haben, so wagte doch noch Keiner eine berechtigte Handlungsweise damit zu verbinden. Die Befürchtung aber, daß der Preis der Bücher allgemein ein zu hoher würde, ist kaum zu erwägen. Die Concurrenz würde auch hierfür das sicher regelnde Correctiv abgeben.

Bringe ich Kundenrabatt und Laden- oder Katalogpreis nun in Zusammenhang, so bin ich der Meinung, daß kein besserer Schutz, als die Beseitigung der letzteren für das Localsortiment gedacht werden könnte, weil das unfehlbar wirkende Mittel der Preisdifferenz, des vis-à-vis von Ladenpreis und rabattirtem Ladenpreis unvermeidlich den Boden verlöre.

Die Billigkeit der Preise seitens der von außen eindringenden Concurrenz greifbar zu machen, stößt damit auf kaum bezwingbare Schwierigkeiten und jedenfalls müßten völlig neue und keinesfalls wohlfeile Manöver geplant werden, um das Renommée der Billigkeit zu conserviren. Das Localsortiment, dem das Hilfsmittel persönlicher Einwirkung zu Gebote steht, ist jenen Eingriffen gegenüber völlig gerüstet und vor allem der auffälligen Controle seiner Preise entrückt. Zwar bin ich nicht der Meinung, daß dem sogenannten Schleudern jemals der Gnadenstoß versetzt werden könne, jeden-