Erscheint außer Sonntags täglich. — Bis früh 9 Uhr eingehende Anzeigen kommen in der nächsten Nummer zur Aufnahme.

Börsenblatt

für den

Deutschen Buchhandel und die mit ihm verwandten Geschäftszweige.

Beiträge für das Börsenblatt sind an die Redaction — Anzeigen aber an die Expedition desselben zu senden.

Eigenthum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler.

№ 182. — Leipzig, Mittwoch den 7. August. — 1878.

Nichtamtlicher Theil.

„Was ist Schleuderei?"

Bei dem lebhaften Interesse, welches in unsern Tagen wieder einmal dem bekannten Usus des Rabattgebens von Seiten der Sortimenter an das Publicum gewidmet wird — absichtlich sagen wir „wieder einmal", denn die Sache selbst ist bekanntlich so alt wie der Buchhandel überhaupt —, bei diesem Interesse muß es Wunder nehmen, daß noch keiner der Wortführer, gleichviel ob pro oder contra, sich die Mühe gegeben hat, zu erörtern: was überhaupt „Schleuderei" im Buchhandel zu bedeuten habe? So lange hierüber nicht einmal eine Erklärung versucht, geschweige denn als zutreffend von der Mehrheit der Streitenden anerkannt wird, so lange sollte doch über die Sache selbst von verständigen Männern nicht länger ins Blaue hinein gefochten werden.

Vor etwa vier Decennien (von so lange her datiren unsere Erinnerungen im Buchhandel) war es z. B. in Berlin üblich, denjenigen Kunden, welche Jahresrechnung hatten, als ein kleines Beneficium am Schlusse des Jahres von den sogenannten Ordinärpreisen einen Abzug von 16⅔ %, also damals 5 Sgr. pr. Thaler, zu gewähren. Von Nettopreisen wurde damals gar kein Rabatt gewährt. Dieser Zustand erhielt sich aber nicht. Die allergewöhnlichsten Motive, wie sie eben im kaufmännischen Verkehr der ganzen Welt vorkommen, veranlaßten einzelne Sortimenter, lediglich um dadurch Kunden zu erjagen (nicht etwa um der guten Literatur eine weitere Verbreitung zu geben, wie schon damals Spaßvögel betheuerten!), statt jener 16⅔ % nunmehr 20 %, also 6 Sgr. Rabatt pr. Thaler, von Ordinärpreisen zu gewähren. Allmählich wurden auch sie überboten, und es gestaltete sich gar bald, veranlaßt durch das allmähliche Verschwinden der Ordinärpreise, eine Fraction der sogenannten modernen Antiquare (die Sprache ist ebenfalls so reich an wunderlichen Verkehrtheiten, wie das Leben selbst), welche rundweg 20 % von Ordinär- und 10 % von Nettopreisen gewährten, und diese Bedingungen nicht etwa discret behandelten, sondern alljährlich um die liebe Weihnachtszeit in den üblichen Katalogen ganz öffentlich die also reducirten Preise bekannt machten.

Diese kurze Skizze gibt einen rein äußerlichen Umriß des Wesens der Berliner Sortiments-Verhältnisse. Ehrenwerthe Collegen haben sich tapfer gegen dieses Treiben gewehrt und haben auch trotz alledem sich eine Kundschaft zu bewahren gewußt. Andere, persönlich nicht minder ehrenwerthe Collegen haben sich dagegen gedrungen oder gezwungen gesehen, mit dem Strome zu schwimmen, und so ist, was anfänglich Unfug war, jetzt leider fast der allgemeine Usus, oder vielmehr richtiger Abusus geworden.

Aehnlich stehen die Verhältnisse in München, Frankfurt a. M., in Bonn, wie überhaupt in den meisten Universitätsstädten, noch überboten aber sollen sie werden in Halle und Leipzig.

Wenn nun hiergegen angekämpft werden soll, so wäre doch zu allererst festzustellen: „was ist überhaupt Schleuderei?", und hierbei würde sich ergeben, daß eine Antwort, die für alle Orte paßt, überhaupt nicht gegeben werden kann, denn jener Handelsgebrauch ist überall lediglich ein Product der localen oder von außen her drohenden Concurrenz, also eine Localfrage. Eine Localfrage aber kann nicht im Wege eines allgemeinen Decrets, und am allerwenigsten, wenn die Sortimenter zu ihrer Lösung aus allen Theilen Deutschlands zusammentreten, befriedigend gelöst werden. Die locale Natur der Frage: welcher Procentsatz darf dem Kunden als Rabatt gewährt werden? bedingt eben eine gesonderte locale Erörterung und Beantwortung.

Da uns die localen Verhältnisse außerhalb Berlins nur flüchtig und nicht aus eigener Thätigkeit bekannt sind, so enthalten wir uns eines Urtheils in dieser Beziehung.

Für Berlin aber ist so gut wie keine Aussicht vorhanden, auch nur irgend etwas von den gerügten Mißständen zu beseitigen, und das aus folgenden Gründen:

Es hat hier in Berlin zu keiner Zeit an namhaften Verlegern wie Sortimentern gefehlt, welche zusammengetreten sind, um dem überhandnehmenden Rabattunwesen entgegenzuarbeiten. Die allerkräftigsten und anscheinend bestgemeinten Anläufe hierzu sind aber allemal spurlos im Sande verlaufen, so die große Agitation im Sommer 1856. Und weshalb ist nichts aus allen geplanten Vereinigungen geworden? Weil

1) von den Verlegern sehr namhafte sich leider jeder derartigen Verbindung und Verpflichtung abhold zeigen, und weil
2) nicht nur Sortimenter, sondern auch Verleger sich finden, welche die eingegangenen Verpflichtungen nicht einhalten, d. h. mit anderen Worten: Die Sortimenter geben nach wie vor den verpönten Rabatt, und die Verleger liefern, vielleicht nach kurzer Anstandspause, doch wieder den incriminirten Firmen.

Was ist also bei solchen Erfahrungen von den jetzt erneuten Bestrebungen zu hoffen? Gar nichts!

Das mag Manchem hart klingen, wer aber die Rabattfrage seit 40 Jahren in Berlin, resp. in Norddeutschland mit Interesse verfolgt hat, der kann zu keinem anderen Resultate kommen, wenn er sich nicht selbst täuscht, oder — er ist eben auf buchhändlerischem Gebiete von sehr junger Erfahrung.

Eine andere Frage ist die, was aus dem Sortimentsbuchhandel bei solchen Aussichten mit der Zeit werden soll? Diese Frage ist wahrlich nicht leicht zu beantworten. In den großen Städten krankt der Sortimentsbuchhandel an den übergroßen Spesen, an den sehr erhöhten Ansprüchen der Herren Gehilfen, meist bei recht geringer Leistungsfähigkeit, und an den sehr hohen Anforderungen des Publicums in Bezug auf Lage und Eleganz des Locals, reiche Aus-