

Hiermit steht in Übereinstimmung, was Schürmann S. 238 in seiner »Grundordnung des deutschen Buchhandels« vorschlägt:

Nr. 30. »Der deutsche Buchhandel hat gleiche, öffentlich kundgegebene Ladenpreise. Diese Kundgebung bindet jedoch weder den Verleger noch den Sortimenten. Der Verleger mag seine Preise ändern ohne Rückwirkung auf die Berechnung derselben bis zum Tage der Änderung. Der Sortimenter seinerseits hat keine Verpflichtung, sich bei seinem Verkaufspreise an den Ladenpreis zu halten.«

Bei dem großen Ansehen, welches das Schürmannsche Buch mit Recht genießt, hat es gewiß etwas Auffallendes, daß dieser Kenner des Buchhandelsrechtes in einem so wichtigen Punkte von den Anschauungen der zu Weimar versammelten Vertreter des deutschen Buchhandels so erheblich abweicht.

In gewisser Hinsicht macht allerdings Schürmann eine Einräumung gegenüber seinem oben dargelegten Standpunkte: »Im Zuge des deutschen Geschäftslebens liegt die Herstellung eines allerwärts möglichst gleichen Ladenpreises ohne Rücksicht auf die Verschiedenheit der Entfernung von der einen und gemeinsamen Bezugsquelle. Im Vergleich mit dem ausländischen Buchhandel gelingt es dem deutschen am meisten, in der Nähe und in der Ferne und auf längere Zeit seine Ladenpreise in Achtung zu erhalten. Die Erklärung hierfür geben die deutschen Einrichtungen: die direkten und kontinuierlichen Verbindungen zwischen Verlegern und Sortimentern, der damit hergestellte geordnete Vertrieb, die gleichen Bezugsbedingungen für alle und ein der Natur der Verhältnisse angepaßtes Rabattierungssystem.«

Indessen ist zuzugeben, daß die Konferenz die in den oben angeführten Äußerungen dargelegte Anschauung keineswegs konsequent festgehalten, sondern daß dieselbe teils in den Ausführungen der Redner, teils in dem Beschlusse der Konferenz wesentlich abgeschwächt worden ist. —

(Rohmer): »Was ist als Schleuderei zu bezeichnen und welche Maßregeln können gegen dieselbe ergriffen werden? Ohne die Schwierigkeit dieser Begriffsdefinition zu verkennen, welche zur Zeit auch gewissermaßen von der geographischen Lage bestimmt wird, versuchen wir es doch, die Antwort hierauf im Prinzip dahin zu formulieren: Als Schleuderer ist derjenige zu bezeichnen, welcher bei neuen Büchern einen höheren Durchschnittsrabatt als 10% gewährt, Ausnahmen, welche durch besondere örtliche Verhältnisse oder bestehende Verpflichtungen bedingt sind, vorbehalten; ferner derjenige, welcher in Zeitungen, Katalogen, Cirkularen erklärt, von allen Zeitschriften und Büchern 10% oder mehr Rabatt zu gewähren.«

(Dominicus): »Wie die Verhältnisse namentlich in Deutschland liegen, halte ich die strikte Aufrechterhaltung der Ladenpreise nicht mehr für durchführbar, und leider ist nicht mehr zu vermeiden, daß größeren Bücherabnehmern ein den lokalen Verhältnissen entsprechender Rabatt gewährt wird.

(Dr. Schmitt): »Ich stelle mich lediglich auf den Standpunkt der faktischen Verhältnisse, ohne mich in Erörterungen über die Ursachen einzulassen, welche den Ladenpreis fast allgemein illusorisch gemacht und ihm kaum noch eine andere Bedeutung gelassen haben, als daß das Publikum durch ihn erfährt, zu welchem höchsten Preise die Bücher überall in Deutschland zu haben sind. Denn es ist Tatsache, daß der Ladenpreis fast überall in Deutschland durch einen größeren oder geringeren Rabatt, welchen der Sortimenter seinen Abnehmern bewilligt, herabgesetzt wird. Ob diese Herabsetzung durch Abzug an einer auf die Ladenpreise gestellten Rechnung oder dadurch ge-

schieht, daß dem Publikum von vornherein billigere Nettopreise offeriert und berechnet werden, ist in der Hauptsache genau dasselbe. Diesem in neuerer Zeit im Sortimentengeschäft immer ausgedehnter gewordenen Gebrauch wirksam entgegenzutreten, dazu besitzt meines Erachtens der Verleger leider kein Mittel. Es ist vielleicht zu weit gegangen, wenn Schürmann die Meinung ausspricht, daß der Sortimenter dem Verleger gegenüber keinerlei Verpflichtung zur Einhaltung des Ladenpreises habe, und ebensogut über als unter demselben verkaufen könne; — aber es ist jedenfalls zweifelhaft, ob der Verleger ein Recht hat, außer etwa bei Sendungen in Kommission, die Einhaltung des Ladenpreises vom Sortimenter zu verlangen, da Artikel, welche in feste Rechnung oder gegen bar geliefert wurden, gar nicht mehr Eigentum des Verlegers, sondern des Sortimenters sind, der damit nach gewöhnlichen kaufmännischen und Rechtsbegriffen nach seinem Ermessen verfahren kann. Gegen eine Erhöhung des Ladenpreises kann sich nun wohl der Verleger durch seine öffentlichen Anzeigen schützen, gegen die fast allgemein stattfindende Abminderung derselben durch Rabattbewilligung an das Publikum stehen ihm jedoch keine auf die Dauer wirksamen Mittel zu Gebote. Der Verleger ist gegen diesen Gebrauch deshalb machtlos, weil 1) er gar nicht kontrollieren kann, zu welchem Preise seine Verlagswerke verkauft werden, soweit es sich nicht um solche Fälle handelt, in welchen dieselben öffentlich unter dem Ladenpreise angeboten werden; 2) die einzigen Maßregeln, die er dagegen ergreifen könnte, a) Verminderung des von ihm den betreffenden Sortimentern zu bewilligenden Rabattes, b) Kreditentziehung, sich nach meiner Überzeugung wenigstens für die Dauer als wirkungslos erweisen würden.«

(Morgenstern): »Es ist die Frage aufgeworfen worden: Was ist Schleuderei? Diese Frage läßt sich überhaupt nicht beantworten, weil ihre Definition an jedem Orte anders lauten muß. Herr Rohmer schlug vor, folgende Definition anzunehmen: »Schleuderei ist die Gewährung von mehr als 10% Rabatt.« Ich kann mich jedoch damit nicht einverstanden erklären, die Frage läßt sich vielmehr nur prinzipiell beantworten; denn die Rabattsätze, welche sich noch mit reellem Geschäftsbetriebe vereinigen lassen, sind in den verschiedenen Städten sehr verschieden. Ich meine, wenn man die Frage: was ist Schleuderei? beantworten will, so muß man von Ziffern absehen und nur prinzipiell antworten. Schleuderei ist, daß der Verkäufer einen Teil des Gewinnes, der vom Verleger ihm bestimmt ist, dem Publikum zuweist und seine bevorzugte Stellung kleineren Handlungen gegenüber dazu mißbraucht, zu niedrigeren Preisen zu verkaufen. Eine andere Definition läßt sich kaum geben.«

Unter diesen Umständen ist es nicht zu verwundern, wenn die Resolution, wie sie schließlich von der Versammlung angenommen wurde, gegenüber der durch den Vorsitzenden vorgeschlagenen Fassung dahin abgeschwächt wurde:

»Es liegt im Interesse des Gesamtbuchhandels, daß die Verleger Ladenpreise für ihren Verlag feststellen und dahin wirken, daß diese Preise möglichst allgemein und namentlich in Anzeigen und Katalogen aufrecht erhalten werden.«

Sind es denn aber nur die Verleger und Sortimenten, welche an der Feststellung und Aufrechterhaltung des buchhändlerischen Ladenpreises ein Interesse haben, so daß es sich lediglich um eine Standesangelegenheit handelt, welche diese beiden Berufsformen und Erwerbszweige unter sich abzumachen haben? Daß hierbei noch andere Kreise beteiligt sind, darauf hat mit