

Sprechsaal.

»Nichts unverlangt!«

Diese unscheinbaren, nur zum Teil gerechtfertigten inhaltsschweren Worte drohen, langsam aber sicher eine gewisse Umgestaltung des Buchhandels herbeizuführen, sie zwingen den Verleger, den großen wie den kleinen, gebieterisch solche Werke und Zeitschriften, für deren Absatz seitens der Herren Sortimenten nichts oder zu wenig gethan wird, für deren Vertrieb sich die Mehrzahl der Herren Sortimenten nicht interessiert, direkt an das Publikum zu vertreiben, der Not gehorchend, nicht dem eignen Trieb.

Ein gewissenhafter Sortimenter (leider werden diese mit den anderen unthätigen, von denen die meisten das Börsenblatt nicht lesen, leiden) beklagt in Nr. 287 des Börsenblattes v. vor. J., »daß mit wenigen Ausnahmen fast jeder Verleger bei Ankündigung eines Werkes seine Firma als die alleinige Bezugsquelle angiebt und gewöhnlich hinzufügt: Gegen Einsendung des Betrages von der Verlagsbuchhandlung franko zu beziehen.«

Es möge einem Verleger, übrigens auch Sortimenten der älteren Schule, gestattet sein, ein paar Worte hierüber und einiges andere zu bemerken.

Wenn man heute z. B. ein technisches Fachwerk druckt, für welches (laut den Adressbüchern) in Deutschland 5000 Interessenten vorhanden sind, so werden häufig vom Buchhandel keine 200 Exemplare à condition verlangt, namentlich dann, wenn die betreffenden Fabriken nicht direkt in Städten liegen, wo Buchhandlungen sich befinden, oder aber, wenn solche nicht zu ständigen Bücherkäufern gehören.

Mit vielen anderen Werken verhält es sich ganz ähnlich; es ist die stehende Klage der Verleger.

Der Verleger eines solchen Buches müßte ein ganz trauriger Kaufmann sein, wenn er sich nun lediglich betrübt auf seine Kapitalanlage in Bücherballen setzen und mit den Beinen baumeln wollte. Er wird Mittel und Wege suchen, um für solche Werke doch Absatz zu schaffen. Daß dies öfters mit glücklichstem Erfolge geschieht, dafür liegen dem Schreiber dieser Zeilen glänzende und klingende Beweise vor; sie wurden ja auch von anderer Seite erreicht und in diesem Blatte bestätigt.

Das nächstliegende Mittel ist: betreffende Werke sehr stark anzuzeigen, was aber dem Verleger sehr, sehr viel Geld kostet —, den Herren Sortimenten andererseits keinen roten Heller.

Um diese durch die Unthätigkeit leider vieler Herren Sortimenten unerwartet nötig gewordenen Kosten einigermaßen wieder einzubringen (der Ordinär- und Nettopreis ist ja festgestellt), wird der Verleger naturgemäß suchen, möglichst viele Bestellungen direkt vom Publikum zu erhalten; weiß er doch, daß nur verhältnismäßig wenige Sortimenten das Buch auf Lager haben. Ein Gefühl eigener Art muß und wird ihn dann beschleichen, wenn er sieht, wie nach und nach Hunderte von Sortimentshandlungen, die es früher nicht einmal für der Mühe und Kosten wert hielten, sich auch nur ein Exemplar des Buches zur Ansicht kommen zu lassen, ihm nun feste und à condition-Bestellungen überschreiben, nachdem sie ihn zwangen, den kostspieligsten Vertrieb selbst in die Hand zu nehmen, mit anderen Worten: anfangen da mit zu ernten, wo sie absolut nicht mit säen helfen wollten.

Prospekte zum Versenden an die Kunden bestellen nur ganz vereinzelte Sortimenten, und auch von den verlangten findet ein großer Teil offenbar eine ganz andere Verwendung als die, für welche der Verleger sie und so manches Tausend Probenummern lieferte. Leider wissen

oder bedenken viele Sortimenten nicht, was diese den Verlegern kosten. Wer kennt nicht die Geheimnisse der Remittendenpakete! Wir lesen im Börsenblatt nur immer von der bösen, bösen Konkurrenz, der Schleuderei im Sortimentbuchhandel; lieber Himmel, die Schleuderei im Verlage ist bei unzähligen Artikeln noch weit schlimmer, und da wird leider keiner — in Acht und Bann gethan! Heutzutage liefern viele Verleger, die zugleich Druckereien besitzen — von bekannten Massenbibliotheksproduzenten abgesehen — sogenannte populäre Brot- oder Massenabsatz-Artikel zu Preisen, die nur das in die Druckerei gesteckte Kapital einigermaßen verzinsen.

Berwirklicht heute irgend ein Verleger eine gute Idee, die halbwegs pekuniären Erfolg verspricht oder gar schon aufweist, so kann er sicher darauf rechnen, daß wenige Wochen später an allen Orten platte Nachahmungen erscheinen, deren Verleger oft sogar durch Anzeigung von Titeln oder durch unsinnige Preisunterbietungen (brutto und netto) das Geschäft verderben, fürs Original und die Schattenbilder.

»Es schickt sich da manches nicht!«; selbst Frau Buchholz, die gute, klagte neulich darüber.

Der Sortimenter freilich denkt sich nicht viel dabei, es kreditiert ja der eine Verleger wie der andere, man verwendet sich für das, was einem am meisten Gewinn bringt, — selbstredend mit rühmlichen Ausnahmen.

Früher, es sind noch nicht viele Jahre her, als man sicher war, daß wenigstens vier Fünftel der besseren Sortimentshandlungen neue Werke vorrätig hielten, konnte man allerdings in den Inseraten bemerken: zu haben in allen Buchhandlungen. Heute wäre dieser Zusatz (der übrigens dem Verleger 50 s bis 2 M Inseratengebühr pro Inserat kostet) in den meisten Inseraten ein reiner Konfens, ja den Verleger oft geradezu schädigend; ist es doch dem Schreiber dieser Zeilen wiederholt vorgekommen, daß infolge seiner kostspieligen Inserate Leute in eine Buchhandlung am Plage gingen und dort die betreffenden Werke verlangten. Es handelte sich um notorisch gute Konversationsbücher, populäre Jurisprudenz und anderes.

Dort wurde den Leuten gesagt: »Das angezeigte Buch ist nicht vorrätig, taugt auch nicht viel. Ich kann Ihnen aber bessere, ähnliche Werke vorlegen.«

Es wurden nun dem Betreffenden in Partien bezogene Konkurrenzwerke angepriesen. Half alle Überredungskunst nicht, dann erklärte man endlich, daß man das Gewünschte ja bestellen könne. Kollegen vom Verlage, die sich auf Reisen befinden, brauchen die Probe mit ihren Verlagswerken nur zu machen; leicht kann es ihnen passieren, daß sie Unerwartetes über ihren Verlag zu hören bekommen.

Der Schreiber dieses ist kein Griesgram, ihm hat es einmal den größten Spaß gemacht. Aber Spaß bei Seite, kann man es nach solchen Erfahrungen dem Verleger wirklich verdenken, wenn er Mittel und Wege sucht, derartiges unmöglich zu machen?

Sind nicht heute die blühendsten Fachblätter größtenteils in den Händen von Nichtbuchhändlern befindlich oder an solche übergegangen? Diese lehren sich verteuft wenig um buchhändlerische Gebräuche, arbeiten ausschließlich direkt und durch die Post, besorgen auch vielfach Fach- und sonstige Litteratur, sehr zum Nachtheile der Herren Sortimenten, die allerdings auch in den Stand gesetzt werden, Abonnements auf diese Zeitschriften auszuführen.

Diesigen Verleger, die sich heute allein auf den Vertrieb durch die Herren Sortimenten verlassen wollten, dürften sehr schlecht fahren,

wenn sie nichtbuchhändlerische Mitbewerber (Konkurrenten) haben.

Mit welcher ganz erstaunlicher Nachlässigkeit werden nicht bei Schluß des Jahres Abonnements seitens des Buchhandels erneuert! Drei- und viermal muß man bei vielen Handlungen anfragen, ehe man Nachricht bezw. Bestellzettel erhält. Glücklicherweise trifft der Abonnementsverlust in diesen Fällen seltener den Verleger.

Der Schreiber dieser Zeilen druckte in diesem Jahre ein nie veraltetes Schriftchen, das einen guten Zweck verfolgt und allerorts ungemein leicht aus dem Schaufenster veräußert ist, in mehreren Auflagen (12 000 Exemplare. Direkter Absatz 1600 Exemplare. Trotz viermaligen Cirkularverands giebt es in Deutschland und Oesterreich noch heute Hunderte von Handlungen, die es noch nicht über sich gewannen, ein Exemplar à condition zu wagen, während eine verschwindend geringe Anzahl thätiger, umsichtiger Kollegen und auch einige Nichtbuchhändler Hunderte von Exemplaren bar bezogen. Traurig, aber buchstäblich wahr!

Kürzlich passierte bei uns folgender heitere Fall. Eine Münchener Handlung remittierte, weil unverlangt gesandt, mit einigen unpassenden Worten (Notizen auf Facturen werden ja meist in der Packammer geschrieben und sind deshalb das non plus ultra von Höflichkeit) ein Exemplar eines Buches als unverwendbar. Dann öffnete sich die andere Hand des braven, ahnungslosen Überbringers und sie übergab einen »empfohlenen« Bestellzettel derselben Handlung (es war inzwischen in München eine äußerst günstige Kritik des Buches erschienen), auf welchem das soeben zurückgegebene Werk bar verlangt wurde. — Weiter ging die Thätigkeit dieser Handlung trotzdem nicht.

Aus vorstehenden Zeilen dürfte erhellen, aus welchen Gründen fast jeder Verleger nur noch seine Firma als Bezugsquelle angiebt.

Man täusche sich nicht: der Verleger wird, je mehr das »Nichts unverlangt« zur Geltung kommt, je weniger er sich auf energischen Vertrieb seiner Artikel durch die Mehrzahl der Herren Sortimenten verlassen kann, immer mehr auf den Vertrieb direkt an das Publikum hingedrängt, was bei den heutigen Verkehrs- und Hilfsmitteln nicht so schwierig ist, wie mancher Sortimenter offenbar zu glauben scheint.

Eine Anzahl von Werken wird in kleineren Auflagen erscheinen und direkt von den Verlegern vertrieben werden. Der deutsche Buchhandel wird dadurch zum Teil eine für die Herren Sortimenten nach und nach so unliebsame Entwicklung nehmen, wie er sie in England und Frankreich bereits genommen hat. Die Anzeichen mehren sich! Jetzt klagt gar noch ein Herr Kollege, daß die Verleger für schweres Geld den illustrierten Blättern Beilagen anfügen lassen, ihre Verlagswerke wirksam anzuzeigen. Mehr kann man doch wahrlich nicht verlangen. Jumbo.

Zum Artikel »Anregung«

in Nr. 264 v. vor. J.

Die wenigen Zeilen, die Schreiber dieses in seiner »Anregung« in Nr. 264 schrieb, haben mehr Staub aufgewirbelt, als er erwartet und beabsichtigt hat. Der darin angesprochene Wunsch einer Liste derjenigen Handlungen, die unverlangte Nova nicht annehmen, und solcher, die Nova auch nicht verlangen, hat doch in der That seine Berechtigung. Der ihm gemachte Vorwurf, daß er sich nur deshalb ärgere, weil