

Der Verleger will in vielen Fällen die volle Übersicht über das Verbleiben seiner Verlagskinder behalten und behauptet, sie durch Vereinsfortimente zu verlieren, er fürchtet, nach und nach seine Kenntnis der thätigen Sortimenten einzubüßen, und gerät auf die Idee des direkten Verkehrs mit dem Publikum. Daß das Publikum durch Zusendungen der Verleger ebenso inkommodiert und abgestumpft wird, wie durch diejenigen der Sortimenten, sollte sich der Betreffende wohl überlegen. Im Anfang geht es ganz gut, bald aber tritt die Ermüdung ein, und der Verleger erhält dieselben Grobheiten, die der Sortimenter sich gefallen lassen muß. Endlich sieht sich der Verleger in seiner Kalkulation durch die Partiebezüge beeinträchtigt, weil er für einen Teil seiner Auflage den gewöhnlichen Rabatt von 25% statt des Freieremplar- und Barrabatts zu gewähren pflegt.

Als Leiter eines mittelgroßen Sortiments spreche ich aus Erfahrung, wenn ich behaupte, daß die Verleger ihre guten und thätigen Helfer vom Sortiment jetzt nach drei Jahren noch ebenso gut kennen wie vorher. Daß das Sortiment vielerorts erschlappt, ist Thatsache, rührt aber nicht von dem bequemen Bezug vom Vereinsfortiment her. Die große Konkurrenz, die Überproduktion (daß der Sortimenter innerhalb eines Jahres sich für drei, vier Konkurrenzwerke ins Geschirr werfen soll), die ungenügende Ausbildung und die dieser entspringende Gleichgiltigkeit des Personals und zum großen Teil eine nicht zu vertilgende Bequemlichkeit sind viel wichtigere Faktoren, wenn es die Gründe auffuchen heißt, warum der oder jener schöne Verlagsartikel kein ersprißliches Resultat ergeben hat.

Auf welche Weise ein Buch zum Standardartikel wird, kann dem Verleger gleichgiltig sein, wenn er es nur wird und damit auf das stehende Lager des Vereinsfortiments gelangt! Daß die Faulenzer hinterher davon profitieren, ist im Laufe der Welt begründet. Ein thätiger Sortimenter weiß seine Verleger warm zu erhalten und wird nicht von ihnen vergessen. Werke, für welche er Absatz hat, verlangt er und erreicht bei vorsichtiger Auswahl Resultate, für welche er beim Verleger in den meisten Fällen Anerkennung findet. (Es giebt auch Ausnahmen!) Solange er also seine Wahlzettel sorgfältig prüft und sein Börsenblatt gehörig durchstudiert, wird er bei seinem Verlangen in den meisten Fällen den Verleger entgegenkommend finden, wenn er auch für einen oder den anderen Artikel später zum Vereinsfortiment übergeht. In unserem Geschäft ist es beständig so gegangen und wir haben keinen Freund unter den Verlegern deshalb eingebüßt.

Die in zweiter Linie erwähnten Extrarückichten für Extrabemühungen sind uns mit wenig Ausnahmen wie früher zu teil geworden, wären aber auch von keinem Belange, wenn sie verloren gingen.

Der Saldo wird allerdings etwas schmaler, der Verleger weiß aber warum, wenn die Barbezüge des Vereinsfortiments den Ausfall decken.

Und nun zum Schluß die Frage: Treten nicht ganz dieselben Folgen beim Bezug von Volkmar, Koch & Co., Frieße & Lang ein?

Die Klagen der Verleger kommen meist daher, daß sie die Resultate der Vereinsfortimente zu gering finden, und datieren diesen ungünstigen Erfolg von einem Mangel an Verwendung von Seiten des Vereinsfortiments, ohne zu bedenken, daß das Vereinsfortiment nichts weiter thun kann, als aus Novacirkularen und Börsenblatt passende Artikel auszulesen und circulariter zum Partiebezug einzuladen. Diese Manipulation hat nur halb gute Resultate geliefert, und selbst eine im November 1885 vom Vereinsfortiment in Ulten arrangierte, mit vielen Kosten verbundene Ausstellung von Neujahrsneuigkeiten hat das Geschäft nicht wesentlich gefördert. Man werfe dafür den Stein nicht auf das Vereinsfortiment, es hat sein Möglichstes gethan; ja man hat nicht einmal recht, wenn man den Sortimenter des Mangels an Unternehmungslust beschuldigt. Wer es erlebt hat, wie sich

in den Jahren 1868—1875 der Durchschnittsaufwand für ein literarisches oder künstlerisches Neujahrsgeſchenk für wohlhabende Leute zwischen 50 Fr. und 100 Fr. hielt und auch die Überschreitung letzterer Summe nichts Abschreckendes hatte, und sieht, wie dieser Durchschnittspreis seit den letzten zehn Jahren auf 80 Fr., 60 Fr., 40 Fr. und noch tiefer herabsank in zunehmendem Reduktionsverhältnisse zu den $4\frac{1}{2}$, $4\frac{1}{4}$, 4, $3\frac{3}{4}$, $3\frac{1}{2}$ igen Zinsen der Staatspapiere, der sieht sich seine schön gebundenen Ladenhüter zweimal und dreimal an, ehe er sie vermehrt. Infolge dieser Verhältnisse hat mancher Verleger nicht die gehofften Erfolge gehabt; wohl aber läßt sich behaupten, daß diejenigen Artikel, welche sich durch die Thätigkeit der Sortimenten und durch die Gunst des Publikums (habent sua fata libelli) zum Lagerartikel emporzuschwingen wußten, durch das Vereinsfortiment ganz wesentlich unterstützt wurden. Sie stehen nicht in Masse auf den Sortimentslagern, sie stehen aber da und sind bei Nachfrage in allen gutversorgten Sortimentshandlungen zu finden und, wenn sie heute verkauft werden, stehen sie morgen wieder frisch da.*)

Und nun für die Verleger in betreff der übrigen Punkte die gleiche Frage wie an die Sortimenten: Treten nicht ganz dieselben Verhältnisse ein beim Bezug von Volkmar, Koch & Co., Frieße & Lang? —

Unter Nr. 2 unserer Hauptbestrebungen führten wir die Errichtung von Kommissionslagern auf. Auch diese Hoffnung ist nur mit Ausnahmen durch Erfolg gekrönt worden. Es hat sich gezeigt, daß massenhafte à condition-Lieferung und Kommissionslager sich nicht mit einander vertragen. Die Tendenz, das Kapital nur für Artikel, die vom Verleger nicht à condition zu erhalten sind, anzugreifen, ist im Buchhandel zu tief eingewurzelt, als daß für einen Mehrgewinn von 8—10% ein fester Bezug gewagt würde. Gut rentiert hat sich das Kommissionslager in denjenigen Fällen, wo der Verleger für das Lager ein Exemplar à condition giebt, Mehrbedarf nur fest. In solchen Fällen wird der Mehrbedarf vom Vereinsfortimente bezogen als schneller erhältlich, wenn auch nicht immer billiger.

Es ist vielleicht hier der Platz, von der Taktik einiger Verleger zu reden, welche behaupten, daß sie durch à condition-Versorgung einzelner bevorzugter Sortimente das Vereinsfortiment entbehrlich machten. Wir sind überzeugt, daß die Praxis die betreffenden Herren Verleger von dieser Meinung zurückbringen wird. In erster Linie will der Sortimenter seine festen Artikel absetzen, à condition-Artikel stehen im zweiten Glied. Dem verständigen Sortimenter liegt aber gar nichts daran, von Artikeln, deren Absatz ungewiß ist, 10 Exemplare auf Lager zu haben (selbst in großen Sortimenten könnte hierzu der Platz fehlen), um zur Ostermesse vielleicht 2 Exemplare zu bezahlen, 6 zu remittieren und 2 zu disponieren. Hat er von Anfang an nur 1 Exmpl. à cond., das er im Verkaufsfalle morgen vom Vereinsfortiment aus ersetzen kann, und der Verleger gestattet ihm, dieses Exemplar zur Ostermesse zu disponieren, so ist dem Sortimenter und dem Verleger besser gedient. Besonders der Verleger kann — in Berücksichtigung oben erwähnter falscher Voraussetzung — das Gleiche bei der fünffachen Anzahl von Sortimentern zur Ausführung bringen und hat obendrein die Sicherheit, im Vereins-Sortiments-Katalog seine Artikel aufgenommen zu sehen. Nur auf diese Weise ist es ihm möglich, seine Auflagen auf ein annehmbares Minimum zu reduzieren.

Es folgen die Journalbezüge, welche sich zum größeren Teil ebenfalls als illusorisch erwiesen haben. Die Verleger wollen nicht jedem einzelnen die Vorteile großer Bezüge gönnen und stellen Skalen auf, die für den kleinen Sortimenter, der Spesen und Arbeit in Berücksichtigung zieht, die indirekte Auf-

*) Es ist eine falsche Voraussetzung, daß ein Kunde, wenn er ein bestimmtes Buch kaufen will und es nicht bei seinem gewöhnlichen Buchhändler findet, zu einem anderen geht. Er kauft sehr häufig statt eines Buches etwas anderes, besonders derjenige, der auf Rechnung kauft.