

— Sprechsaal. —

**Auch zur Rabattfrage.**

Die nachfolgenden Darlegungen scheinen im ersten Augenblick freilich nichts mit der oben genannten Frage zu thun zu haben. Und doch sind sie nach dem Dafürhalten des Schreibers dieses nicht ohne inneren Zusammenhang mit derselben.

Es handelt sich um die Art der Verwendung des Sortimentes im großen und ganzen für die Produkte des Verlags. Unter letzterem verstehen wir natürlich nur den sich mit der Erzeugung gediegener Litteratur aller Gebiete befassenden. Und da tritt nun, so oft der Verleger in die Lage kommt, seine Novitäten dem Sortiment anzubieten, eine fast regelmäßig wiederkehrende Erscheinung an den Tag, die es dem ersteren wirklich sehr oft schwer macht, an die fördernde Kraft des Sortimentes ernstlich zu glauben.

Um sogleich in medias res zu kommen: das Gros unserer Sortimenter will seinem Publikum ein möglichst vollständiges und reichhaltiges, womöglich gebundenes Lager bieten können, ohne selbst dabei irgend ein Risiko eingehen zu wollen. Das ist eine Auffassung des Geschäfts, wie es wohl, es kann kühn behauptet werden, in keiner anderen Geschäftsbranche vorkommt.

Wir sehen selbstverständlich von allen wissenschaftlichen Werken ab; was nicht sogenannte Brodartikel sind, die der Sortimenter haben muß, d. h. welche vielfach vom Verleger nur auf feste Bestellung abgegeben werden; betreffs dieser wird kein Verleger verlangen, daß sie vom Sortimenter ohne vorherige Kenntnis ihrer dauernden Verkaufsfähigkeit fest auf Lager gelegt werden. Das ist Sache längerer Erfahrung und hier hat der Verleger ausschließlich das Risiko seines Kalküls zu tragen.

Aber es giebt außer den vielfachen und so zu sagen unentbehrlichen Klassiker-Ausgaben eine große Litteratur ernster Geistesarbeit, welche für ein großes gebildetes Publikum bestimmt ist. Da rechnet, bezw. versucht der Verleger damit zu rechnen, daß der Sortimenter die von ersterem größtenteils mit Opfern ins Leben gerufenen Produkte auf ihre Verkauflichkeit hin (d. h. wenn er nur auf dem Standpunkt steht, gute Litteratur verkaufen zu wollen) prüft und, eines teils im Vertrauen zu der produzierenden Firma, andernteils auf Grund seiner Geschäftserfahrung, durch einen festen Bezug einen kleinen Teil des Risikos von den Schultern des Verlegers auf die seinigen übernimmt. Hier tritt aber, ganz wenige Ausnahmen abgerechnet, stets der Wandel in dem Vertrauen auf das thatkräftige Sortiment ein und dies macht viele angelegene Verleger bedenklich, das Sortiment im großen und ganzen so zu unterstützen in seinen Forderungen, wie es dieses in oft sehr kategorischer Weise fordert.

Mit einem Wort: das Sortiment will ein großes Lager halten, ohne selbst dabei ein Kapital aufzuwenden, wie es doch ein jedes andere Geschäft notwendigerweise zu thun gezwungen ist. Wie kann aber ein Geschäftsmann ein wirkliches Interesse haben an einer Ware, die ihm nicht gehört? Sie ist ihm begreiflicherweise gleichgültig, er kann sie zurückgeben ohne jeden Schaden, er glaubt sogar, durch das Vorrätighalten solcher Artikel dem Verleger einen Gefallen zu erweisen. Letzteres trifft nur bedingungsweise zu, der Verleger hat von solchen Lagern seiner Artikel keinen Vorteil.

Ganz anders, wenn das Interesse des Sor-

timenters mit dem Artikel eng verknüpft ist; dann giebt er sich unter allen Umständen die Mühe, abzusehen, d. h. im weiteren Sinne umzusetzen. Gerade seinem „festen Lager“ wird der rührige und rechnende Sortimenter sein ganz besonderes Augenmerk zuwenden und so dem Verleger dann wirklichen Nutzen schaffen.

Leider ist es in den meisten Fällen jedoch umgekehrt. Der Verleger mag noch so deutlich schreiben: ausnahmslos nur fest oder bar, das Papier — so denkt der Sortimenter — ist geduldig; er verlangt trotz aller wohlwogenen Bedingungen mutig darauf los à cond.; erhält er den Artikel so nicht, gut, dann verkauft er eben etwas anderes, was er zufällig auf Lager hat.

Jeder Geschäftsmann, er mag einem Beruf angehören, welchem er wolle, muß heute seinem Publikum etwas bieten können, wenn er sein Geschäft in die Höhe bringen will; je größer die Auswahl, desto größer wird das Renommée seiner Leistungsfähigkeit. Dieser Grundsatz wird in unserem heutigen Sortiment als überflüssig erachtet; der Sortimenter begnügt sich, seinen Interessenten zu sagen, daß er das Nichtvorhandene ja „rasch besorgen“ kann. Das ist ein ungesunder Zustand. Entweder mangelt es einem solchen Sortiment an dem richtigen geschäftlichen Blick oder an den Mitteln, sich ein festes Lager zu halten; in letzterem Falle kann er sich nicht beklagen, wenn sein Geschäft stagniert, wenn es nicht vorwärts geht; er ist einfach Vermittler von Aufträgen an den Verleger.

Das Sortiment mache sich nur einmal damit vertraut, auch einigermaßen selbständig einzukaufen, den ernsthaft produzierenden Verleger in seinen Bemühungen in der hier angedeuteten Art zu unterstützen; dann wird derselbe in seiner großen Allgemeinheit keinen Augenblick mehr schwanken, das solide Sortiment in seinen Forderungen energisch zu unterstützen.

So lange aber die Mehrzahl der vielen Tausende von Sortimentern sich darauf beschränkt, ein möglichst großes Lager gebundener Artikel in Kommission zu führen, darf dasselbe sich nicht wundern, wenn der Verleger das Vertrauen verliert, sich womöglich selbst zu helfen sucht, gewiß aber diejenigen Sortimente, welche wirkliche Resultate für seinen Verlag erzielen, vor den übrigen in bevorzugter Weise unterstützt, einerlei, ob ein solches 5 oder 10% Rabatt gewährt.

B. R.

**„Geizt nicht mit thatkräftiger Gegenliebe!“**

(Vergl. Vbl. Nr. 221.)

Im Sprechsaal Nr. 221 d. Vbl. behandelt ein Kollege, welcher Sortimenter und Verleger ist, ein altes Thema. Er ruft den Sortimentern und zumeist wohl den Sortimentern in der Provinz zu: Zeigt euch dankbar für die Opfer, die der Verlagsbuchhandel für euch bringt, durch energisches Verwenden für die verschiedensten Verlagsartikel.

Da glaubt denn der Unterzeichnete als Sortimenter ein Anrecht zu haben, dem Verlagsbuchhandel ins Gedächtnis zu rufen, daß der Provinzialbuchhandel im allgemeinen heute, sowie früher, keineswegs auf seinen Lorbeern ausruht, sondern so weit er es eben vermag, für den Verlagsbuchhandel wirkt. Welche Resultate das Provinzsortiment heut noch erzielt, kann man jederzeit beim Erscheinen hervorragender Novitäten beobachten.

Ueberlegt man sich ferner, welche Mühen,

Arbeiten und Unkosten der Novitätenvertrieb bei oft sehr mäßigem Erfolge mit sich bringt, so wird man wohl milder über die Thätigkeit der deutschen Sortimentern urteilen müssen. Es ist ja geradezu erstaunlich, wie unverdrossen der Novitätenvertrieb bei dem oft so ausgefaugten Arbeitsfelde fortgesetzt wird; denn vor 25 Jahren war das Sortimentern doch immer noch leichter als heutzutage.

Die künstlichen Düngmittel fehlen leider noch bei uns, die unsere Felder in einen Zustand versetzen, nach deren Ernten Verleger wie Sortimentern befriedigt wären. Bis dahin aber denke man nicht unbillig über die Thätigkeit der Provinzsortimenter. Jeder andere Kaufmann, hat er erst einmal in unsere Karren gesehen, lächelt über den geringen materiellen Erfolg unserer großen Arbeit, Mühe und Sorge.

Da nun Schreiber jener Zeilen auch der Liste derjenigen Verleger gedacht hat, welche sich dem Börsenverein gegenüber bis auf Widerruf verpflichtet haben, so sei noch ein kurzes Wort über die Auslegung dieses Widerrufs gestattet.

Meiner Meinung nach haben sich die in dieser Liste aufgeführten Firmen dem Börsenvereine zur Verfügung gestellt, um den Sortimentersbuchhandel auf Grund der neuen Satzungen in diejenigen Bahnen zu leiten, welche zur Förderung unseres Berufes gereichen. Der Börsenverein hat jedenfalls diese Unterschriften in dem guten Glauben und Vertrauen entgegengenommen, daß dieselben nicht etwa in beliebiger und willkürlicher Weise zurückgezogen werden können, wenn dem einen dies, dem anderen das einmal nicht passen sollte, sondern, daß die Unterzeichner an diese Unterschriften moralisch gebunden sind, so lange die neuen Satzungen in ihren jetzigen Formen bestehen und in gewissenhafter Weise ausgeführt werden. Sind jene Unterschriften in diesem Sinne abgegeben, so wird auch der Börsenverein sein sich vorgestecktes Ziel erreichen können; dies ist meine innerste Ueberzeugung.

Frenzlau.

Theophil Willer.

**Verleger-Rundschreiben betreffen.**

Einsender erlaubt sich, den Herren Verlegern zu empfehlen, an den Kopf ihrer Rundschreiben zu drucken:

„Unterzeichner der Verleger-Erklärung betreffend Verkehrsperre.“

Der Verleger hat dadurch den Vorteil, daß seinen Rundschreiben erhöhte Beachtung geschenkt wird.

A. H.

**Crotika.**

Hochgradig unanständige Bilder und andere Artikel gleichen Schlages werden neuerdings von einem „Photographie-Verlags- u. Exportgeschäft“, Boulevard du Temple in Paris, durch Prospekte im deutschen Buchhandel anzubringen gesucht. Wir können die betreffenden deutschen Firmen, welche sich dieserhalb an uns gewendet haben, leider gegen solche Prospektendungen aus dem Auslande nicht schützen, wollen aber hoffen, daß vielleicht unsere Pariser Berufsgenossen aus dieser Mitteilung Anlaß nehmen, zu Ehren des gemeinsamen Standes gegen die oben angebotene Firma, welche wir auf private Anfrage nennen werden, einzuschreiten.

Redaktion des Börsenblattes.

[39168] **Jos. Weiß**, in Alzey, Rheinbessen, erbittet sich Kataloge über Schülerbibliotheken direkt.

**Echte Eisen-Gallus-Tinte liefert**

[936] **Paul Strebel's Tintenfabrik in Gera.**

[1092] **Loescher & Co. in Rom** empfehlen sich zur Besorgung italienischen und speziell römischen Sortimentes.