

für den

Deutschen Buchhandel und die verwandten Geschäftszweige.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig.

N<sup>o</sup> 39.

Leipzig, Montag den 17. Februar.

1896.

## Am tlicher Teil.

Berliner, Leipziger und Stuttgarter Verleger-Vereine.

[6236]

### Bekanntmachung.

O.-M.-Remittenden und Disponenden nehmen wir nur nach § 30 der buchhändlerischen Verkehrsordnung an.

Alle später eingehenden Sendungen werden wir mit Bezug auf obigen Paragraphen zurückweisen.

Berlin, Leipzig und Stuttgart, Februar 1896.

Die Vorstände.

Ortsverein der Buchhändler zu Frankfurt a. M. [8106]

Nach der am 6. Februar 1896 stattgefundenen Neuwahl setzt sich der Vorstand nunmehr folgendermaßen zusammen:

- I. Vorsitzender: Herr Georg Bölker i. Fa. Karl Theodor Bölker's Verlag u. Antiquariat.
- II. Vorsitzender: Herr Otto Keller i. Fa. Heinrich Keller. Schagmeister: Herr Moriz Diesterweg. Schriftführer: Herr Robert Sauerländer i. Fa. J. D. Sauerländer's Verlag.

Frankfurt a. M., 12. Februar 1896.

Der Vorstand.

## Nichtamtlicher Teil.

### Noch einmal das Barsortiment.

(Vgl. Nr. 24 und 33 d. Bl.)

Herr Dr. W. Ruprecht stellt fest, daß ohne jeden nachweisbaren Schaden für seine Firma seit Jahren vom Barsortiment überhaupt kein Buch ihres wissenschaftlichen Verlags mehr geführt wird.

Einen Nachweis in solchen Fragen zu führen, ist selbstverständlich keiner von beiden Parteien möglich; das ist alles nur Sache der persönlichen Ueberzeugung. Der Barsortimenter kann allerdings aus seinen Abzähllisten nachweisen, daß bestimmte wissenschaftliche Werke von ihm in dem gleichen Maße stärker verkauft werden, als die Auflagen seiner Kataloge, in denen sie immer und immer wieder angezeigt werden, steigen. Der dem Barsortiment abgeneigte Verleger wird dabei bleiben, daß seine, von ihm dieser Bekanntmachungsmethode vorenthaltenen Artikel davon nicht den geringsten Schaden haben. Nur die Probe könnte beweisen, wer von beiden recht hat; die Probe zu machen wird aber eben von der einen Seite verweigert.

Von den früher allgemein üblichen Vertriebsformen des Sortiments kommt, wie wohl allgemein zugestanden wird, die Ansichtversendung mehr und mehr in Verfall. Wenigstens kann man das sehr oft hören und lesen. Auch die wissenschaftliche Litteratur leidet hierunter, wenn auch nicht in Abrede zu stellen ist, daß das Ansichtversenden namentlich in Universitätsstädten noch gang und gäbe ist. Vielfach ist aber an dessen Stelle der Katalogvertrieb getreten, wovon alle Geschäftszweige des Sortiments, also auch Antiquariat, Reisegeschäft, Abzahlungsgeschäft, Nutzen ziehen. Ganz besonders stark und erfolgreich ist auch das Ausland daran beteiligt.

Die vom Barsortiment ausgegebenen, für das Publikum bestimmten Kataloge beschränken sich bekanntermaßen keineswegs auf die allgangbarsten sogenannten Brotartikel, sondern bieten für jede Wissenschaft, für jeden Zweig der Litteratur

ausgearbeitete systematische Uebersichten, die die Mehrzahl der Lehr- und Handbücher für Studierende und Praktiker auf allen Gebieten und für Bücherfreunde der verschiedensten Richtungen enthalten. Sie geben annähernd ein Gesamtbild der besseren modernen Litteratur. Ausgeschlossen müssen der Natur der Sache nach sein größere Bibliothekswerke, Abhandlungen auf Spezialgebieten und die Werke solcher Firmen, die den Verkehr mit dem Barsortiment ablehnen.

Wie schon oben gesagt, ist es gar nicht möglich, würde hier aber auch ganz fern liegen, etwa annähernd nachzuweisen, welcher Schaden für diejenigen Firmen entsteht, die sich an dieser umfassenden, in großem Maßstabe betriebenen, immer wiederholten Katalog-Propaganda nicht beteiligen. Sicher ist es aber keine Uebertreibung, wenn man annimmt, daß die Kosten einer gleich mächtigen Manipulation für eine einzelne Verlagsfirma unter Umständen das Zehn- und Zwanzigfache von dem betragen würden, was sie dem Barsortiment an Freieemplaren oder an einem geringen Extrarabatt abzugeben hätte. Daß diese Propaganda auch für die wissenschaftliche Litteratur eine wirkungsvolle und von den kompetentesten Beurteilern, den Sortimentern, als solche anerkannte ist, steht außer allem Zweifel. Sonst wäre wenigstens die Anzeige der Firma Vandenhoeck & Ruprecht in Göttingen im Börsenblatt 224 vom 26. September 1895 sehr schwer verständlich, die folgenden Wortlaut hatte: »Theologie! Auf Wunsch einiger Firmen, welche die von den Barsortimenten ausgegebenen, unsern Verlag nicht enthaltenden Verzeichnisse theologischer Handbücher verteilen, stellen wir eine entsprechende Ergänzung (1/4 Bogen) her. Wir liefern dieses Verzeichnis unseren Geschäftsfreunden unentgeltlich und bitten baldigst zu verlangen.«

Bezüglich der »sozialen Tendenz« umgeht Herr Dr. Ruprecht den Kern der Sache. In meinem Artikel ist ausdrücklich von den »dem Publikum gewidmeten Verzeichnissen« die Rede, und die Fassung der betreffenden Stelle kann keinen Zweifel darüber lassen, daß mit den »mittleren und kleinen Sortimentens-