

Wort, durch das lebendige Wort, das Leben bringende. Und darauf rechnen wir, daß in Versammlungen nach dem Vorbild der Frankfurter von 1887 das Wort seine schöpferische Kraft erweisen wird. Das Heil aber liegt im Ladenpreise!

Bazare, Warenhäuser, Ramschgeschäfte.

Die Schäden, an denen der Baum des Buchhandels krank, entspringen nicht nur aus seinem eigenen Saft. Es sind auch Parasiten äußerer Art, die an dem Markt des Buchhandels saugen. Die Bazare und Warenhäuser bilden sich zu einer schweren Konkurrenz des Buchhandels aus. Wir werden sie nicht hindern können, soweit es sich um fabrikmäßige Bücherware handelt, die eigens für Bazare hergestellt wird. Aber wachsende Einsicht sollte die betreffenden Verleger zu der Ueberzeugung bringen, daß sie mit der Berramschung von Auslageresten, alten Jahrgängen u. s. w. ihre eigenen neuen Unternehmungen untergraben. Wenn ein hiesiges Warenhaus die zweibändige Bismarck-Biographie einer fallit gewordenen Verlagsfirma als Prämie bei größeren Einkäufen, bei kleineren ein Märchenbuch ähnlicher Abstammung gratis gegeben hat, so wird man dagegen um des Konkurses halber nichts machen können. Wenn aber Verlagsbuchhandlungen z. B. ältere Bände von Jahrbüchern für die Jugend in großen Posten an Bazare, Warenhäuser und Ramschgeschäfte abgeben, so dienen die Silberlinge dafür nicht zur Entzündung eines Feuers, aus dem phönixgleich der neue Jahrgang emporsteigt, sondern gleichen einem zehrenden Feuer, das mit wilder Gier nach allem leckt, was einmal in seine Nähe gekommen ist oder kommt und es vernichtet. So geht es mit allem, was verramscht wird — Totengräberarbeit für das noch nicht Geborene!

Wir heben bei dieser Gelegenheit abermals hervor, daß nach unseren Erfahrungen namentlich der Absatz von Bilderbüchern und Jugendschriften, Anthologien und ähnlicher Litteratur durch die Sortimentbuchhandlungen immer mehr zurückgeht. Das steht im ursächlichen Zusammenhange mit der Praxis der Berramschungen und der Konkurrenz der Warenhäuser.

Ähnlich liegt der Fall mit Konversations-Lexica. Bei ihnen, soweit sie vollständig sind, ist der Ladenpreis eigentlich zur Fiktion geworden. Die Gründe dafür sind häufig erörtert worden. Ein Glück für den Sortimentbuchhandel ist es nur, daß er funkelneue Exemplare, selbst in Originalbänden, aus zweiter Hand mit 50 Prozent und oft noch billiger erwerben kann. Aber als bedauerlich muß es dabei bezeichnet werden, daß der Schacher des Publikums mit dem Buchhändler sich dadurch einnistet.

#### Zeitschriften.

Schon im vorjährigen Jahresbericht konnte erwähnt werden, daß wir ein Bestellgeld auf alle Zeitschriften, die weniger als 3 M vierteljährlich kosten, beschlossen hätten. Nachdem die Maßregel seit mehr als einem Jahre besteht, ist ein endgiltiges Urteil darüber zulässig und dieses kann nur befriedigend lauten. — In Hamburg macht sich seit jüngster Zeit der Straßenhandel mit Zeitschriften sehr bemerkbar. War es zuerst, neben den Tageszeitungen, nur ein ödes Witzblatt, so mehrt sich jetzt die Zahl, und es werden voraussichtlich noch weitere Verleger nachfolgen, die ihre Zeitschriften auf Einzelverkauf einrichten. Wir wollen gewiß nicht über diese Vertriebsart mit den resp. Verlegern rechten; wir glauben vielmehr, daß manche bald davon zurücktreten werden. Aber aussprechen möchten wir doch, daß der Verkauf von Büchern durch diese neue Art des Zeitschriftenvertriebes nicht gehoben werden dürfte.

Eine uns bis dahin unbekannt gewesene, nicht buchhändlerische Firma hatte sich gegen Ende des vergangenen

Jahres an große Zeitschriftenverleger gewandt, um von diesen die gesamte Auslieferung, richtiger wohl den Centralvertrieb, für Hamburg zu bekommen. Soweit uns Mitteilung davon gemacht wurde, haben wir uns gegen den Plan geäußert. Mag er auch einerseits Vorteile bieten, so spricht doch andererseits manches dagegen; namentlich müßte das Unternehmen von einer Firma angefaßt werden, die genügend bekannt ist und schon dadurch Vertrauen besitzt.

Eine neue Konkurrenz erwächst uns auf dem Gebiete des überseeischen Zeitschriften-Vertriebes, nämlich dort, wo deutsche Postämter existieren. An diesen Orten liefert die Reichspostverwaltung die Zeitschriften viel billiger, als wir es vermöge des Portos können. Das hat schon zum Abbruch alter, langjähriger Verbindungen geführt. Ein fiskalisches Interesse der Post kann nicht der ausschlaggebende Beweggrund für diese Konkurrenz sein; denn was die Post einerseits etwa an dem Zeitschriftenvertriebe gewinnt, das büßt sie andererseits an dem ausfallenden Porto wieder ein. Für das Jahresbudget des überseeischen Deutschen kommt aber die Ersparnis, die ihm der Postbezug bietet, nicht ernstlich in Betracht. Uns geht aber mit der Zeitschriftenlieferung in vielen Fällen überhaupt die Verbindung verloren. Da der Gegenstand auf der heutigen Tagesordnung steht, so brauchen an dieser Stelle alle sonst noch in Betracht kommenden Gesichtspunkte nicht erwähnt zu werden.

#### Neuigkeiten.

Zu unserer schon oft erhobenen Klage, daß am Schluß des Jahres, ja in den allerletzten Wochen und Tagen, wo das Weihnachtsgeschäft die ganze Thätigkeit des Sortimenters in Anspruch nimmt, noch eine Hochflut von Neuigkeiten eintritt, haben wir immer noch Grund genug. Wir müßten in Wiederholungen fallen, wenn wir die Unfruchtbarkeit, ja die Schädlichkeit dieser Praxis hier eingehend aufs neue darlegen wollten. Selbst für Neuigkeiten, die für Geschenkzwecke berechnet und geeignet sind, ist es im allgemeinen viel zu spät, wenn sie erst Anfang, oder gar um die Mitte des Dezembers erscheinen. Sie sind für den Sortimenter, dem sie oft unverlangt als hochwichtig zugehen, in den allermeisten Fällen nur überflüssiger Ballast. Dabei sei an dieser Stelle gleich bemerkt, daß in der Geschenklitteratur nach unseren Erfahrungen der Roman eine noch im Steigen begriffene Stellung einnimmt. Doch sind es nur sehr, sehr wenige Autoren, deren Werke direkt gefordert werden; zumeist wollen die Käufer vom Sortimenter über Inhalt und Wert des Romans unterrichtet werden. Nun ist aber die Ueberproduktion hier besonders stark; wenn z. B. eine einzige Verlagsbuchhandlung im Spätherbst acht neue belletristische Werke und zugleich zwei in neuen Auflagen bringt — wie soll da der Sortimenter auch nur einigermaßen ein Urteil über die sämtlich in festlichem Gewande auftretenden Bücher gewinnen? Oder wie soll er es anfangen, Abnehmer für ein solches Quantum zu finden? Es rivalisieren doch zuviel Autoren und Verleger auf diesem Gebiete. Der Sortimenter hat wahrlich keine Schuld, wenn in Bezug auf die Gesamtheit der belletristischen Produktion der Absatz unbefriedigt bleibt. — Bemerkte sei auch, daß die Preise der Romane vielfach zu hoch sind, obschon manche Verleger jetzt anfangen, billigere Preise zu stellen. Gegenüber anderer Geschenklitteratur pflegt die Belletristik immer noch unverhältnismäßig teuer zu sein.

Bei dem Kapitel der Neuigkeiten muß mit Bedauern hervorgehoben werden, daß der Sortimenter, wenn er vom Verleger die Ankündigung über Neuigkeiten empfängt, oft die Erfahrung machen muß, daß der Verleger sich schon direkt an die Interessentenkreise gewandt hat. Wenn das unter Innehaltung der Ladenpreise geschieht, so ist das von unserem