

rechter Erfolg sich aber nicht einstellen wollte, wußte man die Gesamtvertretung des deutschen Buchhandels, den Vorstand des Börsenvereins der deutschen Buchhändler, für die Sache zu gewinnen. Das Ergebnis war die Neubearbeitung der Satzungen, in denen nunmehr auch die Regelung der Verkaufsbedingungen zwischen Publikum und Buchhandel als Aufgabe des Börsenvereins anerkannt wurde. In der außerordentlichen Hauptversammlung des Börsenvereins am 25. September 1887 in Frankfurt a. M. wurden die Satzungen angenommen und durch sie bestimmt, daß jedes Mitglied gehalten sein solle, den Ladenpreis einzuhalten, bezw. von ihm nur den Rabatt zu gewähren, der in dem betreffenden Bezirke von dem anerkannten Orts- oder Kreisverein als zulässig erklärt und von dem Vorstande des Börsenvereins genehmigt sein würde. In der Folge einigten sich sämtliche Kreis- und Ortsvereine auf einen Höchstdiskont von 5 Prozent bei Barzahlung oder auf kurzen Zahlungstermin; nur Berlin und Leipzig erklärten, eine Gestattung von 10 Prozent auch weiter beanspruchen zu müssen. Diese Ausnahmestellung wurde den beiden Städten zugestanden.

Inzwischen hatte das Kapital auch dem Kleinhandel sich zugewandt. Versandgeschäfte, Warenhäuser waren entstanden, zuerst in den Großstädten, dann aber auch in den mittleren. Und wo sie nicht selbst eine Niederlassung begründeten, überschwebten sie mit ihren Angeboten und Katalogen Kleinstadt und Dorf, überall gerade die Kunden an sich ziehend, die bar zahlen konnten, diejenigen gern dem heimischen Händler überlassend, die der Borgwirtschaft zugethan waren oder diese nicht entbehren konnten. Auch die Konsumvereine breiteten sich aus über Stadt und Land, sich nicht auf die Arbeiter beschränkend, denen zu Nutz sie ursprünglich geplant waren. Auch die höheren Beamtenkreise machten sich die neue Betriebsform zu nütze: es entstanden die Beamtenvereine, Offiziersvereine, medizinisches Warenhaus.

Hatte dieser Bewegung der Buchhandel zu Anfang ruhig zugehört, da er eine unmittelbare Bedrohung von ihr nicht erwartete, so wurde dies anders, als die Warenhäuser begannen, auch die Erzeugnisse des Buchhandels in ihren Bereich zu ziehen. Waren es doch gerade die Brotartikel des Buchhandels, die sogenannten Klassiker, die Geschenklitteratur, die Jugendschriften, die die Warenhäuser führten und dem Buchhandel dadurch eine fühlbare Konkurrenz schufen. Diese wurde um so empfindlicher, als die Warenhäuser, nach ihrem Prinzip, mit einem sehr geringen Aufschlag auf den Einkaufspreis zu arbeiten, die von ihnen geführten Bücher dem Publikum zu einem Preise anboten, bei dem ein Buchhändler nicht existieren konnte. Eine weitere Schädigung des Buchhandels erreichten die Warenhäuser dadurch, daß sie mit Vorliebe Ramschkäufe abschlossen, bei denen sie ihr Prinzip größter Wohlfeilheit mit einem ansehnlichen Nutzen vereinen konnten. Hier setzte der Punkt ein, wo die Warenhäuser, soweit sie Bücher verkaufen, auch dem Verlagsbuchhandel eine Gefahr zu werden drohen, insofern als ihre Ramschware geeignet erscheint, den neuen wertvollen Veröffentlichungen den Weg zu versperren zu gunsten im Buchhandel nicht mehr absehbare! In allerneuester Zeit haben die Warenhäuser begonnen, selbst Verleger zu werden, eine neue Schädigung des Verlagsbuchhandels.

Die von der außerordentlichen Hauptversammlung des Börsenvereins in Frankfurt 1887 beschlossene Rabattregelung hat sich im ganzen bewährt; trotzdem wollen die Klagen nicht verstummen über Einbrüche in fremdes Gebiet von Seiten der Berliner und Leipziger, wogegen dem Provinzbuchhandel entgegengehalten wird, daß die Vereinbarungen auch von ihm nicht so strikt eingehalten werden. Dazu kommen die Schädigungen durch die Warenhäuser, deren Herr zu werden nicht gelingen wollte.

Siebenunddreizigster Jahrgang.

Sind nun die Klagen des Kleinhandels und namentlich des Buchhandels begründet und in welcher Ausdehnung und welche Mittel giebt es, um ihnen Abhilfe zu schaffen. Diese Untersuchung soll uns nunmehr beschäftigen.

Beginnen wir mit dem Rabatt im Buchhandel und mit der Ausnahmestellung der Berliner und Leipziger.

Die Gewährung eines Nachlasses vom Preise in Form von Rabatt ist nicht dem Buchhandel ausschließlich eigen, findet sich vielmehr in vielen Geschäftszweigen. Ursprünglich eine Vergütung für Barzahlung (Diskont), dann eine Prämie für treue Kundschaft, größeren Bedarf oder pünktliche Abrechnung, hat eine derartige Vergünstigung das Bestreben, sich festzulegen und schließlich unterschiedslos jedem, der sie verlangt, auch ohne daß er die Bedingungen, unter denen sie ursprünglich gegeben worden war, erfüllt, gewährt zu werden. Dazu kommt das Bestreben der Konkurrenz, durch Gewährung besserer Bedingungen Kunden zu erwerben, namentlich bei neubegründeten Geschäften. Und dies ist nirgends leichter als im Buchhandel: ist doch die Ware überall die gleiche und ist jeder, auch der wenigst gewandte, imstande, die Richtigkeit und Güte der Ware feststellen zu können. Während in anderen Geschäftszweigen der Käufer sich hinsichtlich der Güte der Ware wesentlich auf die Reellität des Verkäufers verlassen muß, so daß dieser bei gerügtem höheren Preise, als etwa ein Konkurrent sie fordert, sich auf die bessere Beschaffenheit seiner Ware, auf verfeinerten Geschmack u. a. berufen kann, ist der Buchhändler hierzu nicht imstande. Ein bestimmtes Buch ist dasselbe in allen Exemplaren, ist dasselbe, gleichviel, ob es Meyer oder Schulze verkauft. Dazu kommt die Kontrolle des Höchstpreises durch das Publikum, des Höchstpreises, als welcher der vom Produzenten festgesetzte Ladenpreis zu gelten hat, und über dessen Höhe sich zu unterrichten das Publikum genügend Mittel und Wege hat, abgesehen davon, daß eine willkürliche Ueberschreitung des Ladenpreises durch den Sortimentbuchhändler, eine strafbare Uebersetzung des Käufers, sich als eine betrügerische Handlung qualifizieren würde. Wir finden deshalb das Angebot des Rabatts auch schon sehr früh, die Klage über übermäßig hohen Rabatt geht weiter als hundert Jahre zurück. Wie Schürmann in seinem vortrefflichen Buche: »Der Buchhandel und seine Krisis« nachweist, wurde schon im Jahre 1795 in Palms Archiv gerügt, daß die Buchhändler Privatkäufern Vorteile von 10, 15, 20 und mehr vom Hundert bewilligten. Leipziger und Berliner lieferten bis hoch in den Norden hinauf mit 20 Prozent portofrei. Aber nicht nur Leipziger und Berliner Handlungen — übrigens ging nach Schürmann das Rabattgeben nicht von Berlinern aus, sondern von »dem Matador der Leipziger, dem bekannten Reich, der den Gelehrten 10 Prozent angeboten haben soll« — boten diesen hohen Rabatt an: Tafsché & Müller in Marburg gaben einen Katalog heraus, in dem sie rundweg 25 Prozent vom Ladenpreise anboten; die Schumannsche Buchhandlung in Ronneburg machte im Reichsanzeiger bekannt, daß sie bei ansehnlichen Bestellungen 40 auch 50 Prozent bewillige. Zu Anfang der siebziger Jahre dieses Jahrhunderts lagen die Verhältnisse in Berlin so, daß es noch zahlreiche große Handlungen gab, in denen das Rabattgeben ein unbekanntes Etwas war, während in den meisten bei Barzahlung oder kurzem Ziel ein Rabatt von 10 Prozent gewährt wurde. Daneben wurde von hochrabattierten und Konkurrenzartikeln, Klassikern, Geschenklitteratur namentlich von den Handlungen, die Sortimentskataloge veröffentlichten, ein Rabatt von $16\frac{2}{3}$ und 20 Prozent gewährt. In Leipzig lagen die Verhältnisse nicht so günstig, dort gehörte ein Rabatt von 15 bis 20 Prozent keineswegs zu den Ausnahmen — dank den Platzprivilegien.

Das Jahr 1872 brachte Berlin die Gründung einer neuen Firma, die als ihr Prinzip: unterschiedslose Gewährung