

des Buchhandels auf das denkbar geringste Maß zurückzuführen. Der Verlag ist sehr wesentlich dabei interessiert, nicht nur an der Erhaltung eines zahlungsfähigen und absatzfähigen Sortiments, sondern auch daran, daß nicht die Warenhäuser die Produktion an sich reißen, wie dies schon jetzt begonnen hat.

In meinen früheren Aufsätzen habe ich darauf hingewiesen, daß man nicht leugnen kann, daß die Warenhäuser eine höhere Organisation des Kleinhandels darstellen, daß daraus aber nicht zu schließen ist, daß nunmehr der Kleinhandel seine wirtschaftliche Rolle ausgespielt habe. Mit den Worten Matajas habe ich ausgeführt, daß es sich nicht um eine Verdrängung, sondern höchstens um eine Zurückdrängung des Klein- und Mittelbetriebes handeln kann. Ich habe als wesentliches Kampfmittel den Zusammenschluß einzelner Branchen bezeichnet, zum Zwecke der Entziehung des Bezugs ganzer Artikelgruppen oder der Erschwerung desselben. Seitens des Buchhandels ist dieses Mittel ja angewandt worden, und wenn der Erfolg vorläufig den Erwartungen noch nicht entsprochen hat, so darf man doch hoffen, daß mit der Zeit die Erfolge wachsen werden. Namentlich ist die neue Aktion des Börsenvereins, die straffere Organisation des Verlages den Schleudersfirmen gegenüber, dazu angethan, auch die Schädigungen durch die Warenhäuser erheblich einzuschränken. Ferner ist in Berlin ein Zusammenschluß der Barsortimenter und Großbuchhändler geplant, durch den einer Lieferung an Nichtbuchhändler mit buchhändlerischem Rabatt entgegengewirkt werden soll. Wollen die Verleger wirklich dem Sortiment helfen — und dies liegt in ihrem eigensten Interesse —, so wird es ihnen möglich sein, wenn sie größere Bestellungen, die von ihnen unbekanntem Firmen und Personen eingehen, mit Vorsicht behandeln! Ob die neue Warenhaussteuer dem Buchhandel einen Nutzen bringen wird — etwa dadurch, daß die Warenhäuser die Gruppe »Bücher« als im Verhältnis zur Steuer zu wenig einträglich fallen lassen —, muß abgewartet werden, es scheint aber nicht, daß dies der Fall sein wird.

Der nur schwache Erfolg, den die Abwehrmaßregeln gegen die Warenhäuser bis jetzt gehabt haben, hat die beteiligten Kreise veranlaßt, andere Vorschläge zu machen. So hat man geglaubt, daß schon viel gewonnen wäre, wenn sich die Warenhäuser unter das gemeine Recht des Buchhandels stellen, d. h. die allgemeinen buchhändlerischen Verkaufsnormen anerkennen würden. Auch bei den Warenhäusern mag dieser Gedanke aufgetaucht sein, und so hat tatsächlich eines dieser Warenhäuser den Versuch gemacht, seinen Frieden mit dem Buchhandel zu schließen. Es wollte sich verpflichten, seinerseits keine Bücher zu niedrigeren Preisen als den Ladenpreisen anzuzeigen, Bücher nicht anders als zu den Ladenpreisen mit dem ortsüblichen Rabatt zu verkaufen, wogegen es als Gegenleistung die Aufhebung der Sperre verlangte. Untersuchen wir nun theoretisch und praktisch, wie sich der Buchhandel zu einem derartigen Vorschlage stellen kann.

Im Buchhandel ist bis jetzt allgemeine Ansicht gewesen, daß unter einer Buchhandlung ein Geschäft zu verstehen sei, das sich mit dem Vertriebe von Büchern beschäftigt, d. h. also, dessen Hauptbetrieb wenigstens der Verkauf von Büchern bildet. Dasselbe sagen alle Satzungen der buchhändlerischen Vereine.*) Allerdings hat der Vorstand des Börsenvereins in seiner Bekanntmachung vom 18. Februar 1899**) aus-

*) BB. d. D. B. § 2. — Ver. d. Berliner W. d. BB. § 2. — Korp. d. Berl. Buchh. § 1. — Berl. Sort.-V. § 2 u. a. Vergl. auch für das folgende die Verkaufsbest. d. Orts- u. R.-V. Vorwort: »Konsumvereine und andere nichtbuchhändlerische Genossenschaften sind nicht als Wiederverkäufer anzusehen, sondern unterliegen den Bestimmungen über den ortsüblichen Rabatt für Privatkunden.«

**) Börsenblatt 1899, Nr. 41.

gesprochen, daß die Lieferung an Warenhäuser unzulässig sei, weil und insoweit diese Warenhäuser im allgemeinen unzulässigen Rabatt an das Publikum gewähren. Ich glaube nun nicht, daß aus diesem ohne weiteres der Schluß zu ziehen ist, daß an Warenhäuser geliefert werden dürfe, wenn diese Warenhäuser unzulässigen Rabatt an das Publikum nicht gewähren. Dem widerspricht schon die Gepflogenheit, wie sie bisher üblich war, ebenso wie es wiederum dem Geiste der Satzungen des Börsenvereins widerspricht, namentlich in seinen §§ 1, 2. Diese Bekanntmachung soll auch wohl mehr feststellen, was verboten ist, als eine prinzipielle Entscheidung hinsichtlich der Warenhäuser geben. Mehrfach ist Warenhäusern für einen bestimmten Stand die Aufnahme in den Börsenverein verweigert worden, ohne daß die Frage des Rabattgebens eine Rolle gespielt hätte, vielmehr lediglich aus der Erwägung heraus, daß Geschäfte, die sich mit dem Verkauf einer ganzen Anzahl von Warengruppen beschäftigen, von denen die eine der Bücherverkauf ist, als Buchhändler, schon dem Wortsinne nach, nicht angesehen werden können. So lange wir auf diesem Standpunkt stehen, ist die Aufnahme eines Warenhauses in die buchhändlerische Gemeinschaft — gleichviel ob in formloser Weise lediglich als Berechtigung zum Bezug zu buchhändlerischen Bedingungen oder formell als Mitglied buchhändlerischer Vereine — unmöglich.

Dies ist der theoretische Gesichtspunkt. Gehen wir nun zu der Betrachtung der Praxis über.

Vom Standpunkte der Praxis aus wird wesentlich abzuwägen sein, ob bei einer Aufnahme der Warenhäuser — denn wenn ein Warenhaus als Buchhandlung anerkannt ist, kann man diese Anerkennung den anderen schlechterdings nicht weigern — der Vorteil oder der Nachteil für den Buchhandel überwiegt. Sortiment und Verlag müssen getrennt betrachtet werden.

Welche Vorteile bietet dem Sortiment die Aufnahme der Warenhäuser in die buchhändlerische Gemeinschaft?

Als Vorteile sind anzuerkennen: 1. das Halten gleicher Preise, 2. das Aufhören der Kataloge zu rabattierten Preisen.

Als wesentliche Nachteile — um nicht weischweifig zu werden, sehe ich von geringeren ab — stehen dem gegenüber: erstens die Möglichkeit für die Warenhäuser, ein großes ausgewähltes Lager zu unterhalten, ein Lager, das erheblich größer und besser assortiert sein kann, als die meisten Buchhandlungen es zu halten im stande sind; zweitens die Aufhebung jedes Unterschiedes zwischen regulärer Buchhandlung und Warenhausbuchhandlung.

Wägt man die Vorteile für das Sortiment gegen die Nachteile ab, so kommt man zu folgendem Ergebnis. Bei dem Publikum gelten die Warenhäuser einmal als billigere Bezugsquellen; daran wird die Tatsache der Gewährung eines etwas geringeren Rabatts nichts ändern. Dieselbe Sache ist es mit den Katalogen, die die Warenhäuser in der Stadt und nach auswärts versenden. Wenn in diesen Katalogen in Zukunft auch nur Bücher mit den Ladenpreisen angezeigt werden, so wird das Publikum trotzdem glauben, daß die Warenhäuser billiger verkaufen als der ortsansässige Buchhändler. Jeder Kenner Berliner buchhändlerischer Verhältnisse wird aus seiner Praxis bestätigen können, daß die Firmen, die vor langen Jahren zuerst angefangen haben, höheren Rabatt zu geben, nunmehr aber seit Jahren sich den ortsüblichen Bedingungen gefügt haben, trotzdem heute noch von dem Publikum als die billigen Leute betrachtet werden. Zwei Erwägungen kommen hinzu. Da ist zuerst der Ramschkauf, der Ankauf großer Partien nicht mehr marktgängiger Ware. Solche Ankäufe werden auch ferner von den Warenhäusern gemacht werden und dazu beitragen, den Ruf der billigen Leute ihnen zu wahren. Die zweite Erwägung ist diese. Die Natur des Warenhauses bringt