

Nichtamtlicher Teil.

Die Entwicklung des Buchhandels und die Notwendigkeit von Reformen.

(Vergl. Börsenbl. Nr. 9, 15, 23, 32, 35, 36, 46, 48, 50 u. 54.)

XI.

Obwohl ich vom Nutzen theoretischer Erörterungen über Fragen wesentlich praktischer Natur im allgemeinen nur in sehr geringem Maße überzeugt bin, so drücken mir doch Herrn C. M.'s Ausführungen in den Nrn. 15 und 35 d. Bl. die Feder in die Hand; ich werde versuchen, dem von Herrn C. M. vertretenen Standpunkt des Nurverlegers jenen des objektiv urteilenden Sortimenters gegenüberzustellen und dabei einzelne, mir der Kritik besonders notwendig erscheinende Behauptungen des Herrn C. M. auf ihre Richtigkeit hin prüfen.

Herr C. M. erklärt zunächst, daß alle Sortimenter durch die Geschäftsordnung „bestens gegen unverlangte Zusendungen geschützt“ seien. Dem widersprechen die Thatsachen. Ich selbst erhalte beispielsweise in fast jedem Ballen zwei oder drei unverlangt gemachte Sendungen, obwohl ich laut Buchhändleradreßbuch selbst wähle; ich bin mithin gegen unverlangte Sendungen thatsächlich nicht geschützt. Nun steht mir freilich das Recht zu, diese Sendungen gegen Spesennachnahme zu remittieren; wer aber vergütet mir, falls ich mich zu einer solchen Maßregel im einzelnen Fall überhaupt entschliefte, die mir gegen meinen ausdrücklichen Willen verursachte zeitraubende und nutzlose Arbeit der Remission? Ganz zu geschweigen der oft langwierigen und jederzeit höchst peinlichen Korrespondenzen, die ich behufs Wiedererlangung meiner Spesen dann meist noch führen muß, nicht zu reden auch von den hieraus resultierenden, unter Umständen empfindlichen Störungen im weiteren geschäftlichen Verkehr mit der betreffenden Verlags-Handlung. Ich meine, daß der Verleger in gleicher Weise gegen seinen eigenen Vorteil wie gegen jenen des Sortimenters handelt, wenn er unverlangte Sendungen an jene Firmen macht, die solche nicht wünschen. Erweist sich aber entgegen meiner Annahme für den Verlag die unverlangte Versendung seiner Produkte doch als nutzbringend, so wird man es ihm natürlich auch nicht verdenken können, wenn er bei seiner Praxis beharrt; nur sollte er dann auch die richtigen Konsequenzen ziehen: er sollte gegen den ihm opponierenden Sortimenter nicht sogleich das Kriegsbeil schwingen, mit völligem Abbruch der geschäftlichen Beziehungen oder doch mit Verkürzung des Rabatts im Falle künftiger Bezüge drohen! Der Sortimenter ist nun einmal infolge der bestehenden Verhältnisse thatsächlich vollkommen außer Stande, allen Wünschen des Verlags nach Verwendung und nach Unterbringung seiner Erzeugnisse zu entsprechen; mit diesem Faktum müßte billigerweise der Verlag auch allenthalben rechnen und die notwendigen Schlüsse hieraus ziehen. Für den nie verstummenden, auch aus jeder Zeile des C. M.'schen Artikels hervorleuchtenden Vorwurf, daß Sortiment „kummere sich nicht genügend“ um den Verlag, bez. um dessen Produkte, mögen in einzelnen Ausnahmefällen ja gewiß Gründe vorhanden sein; solche Ausnahmen dürfen aber doch keineswegs als Regel hingestellt werden! Ich halte es für ebenso falsch wie unberechtigt, wenn bei jeder Gelegenheit allein dem Sortiment die Schuld dafür beigemessen wird, wenn sich die Erwartungen des Verlags nicht immer erfüllen. Unser heutiger Sortimenterstand müßte doch in der That aus recht wenig fähigen, wenig verständigen und ausnahmslos sehr unpraktischen Männern bestehen, wenn diese Kritik derselben wirklich berechtigt sein sollte. — Es hieße Eulen nach Athen tragen, wenn ich die schon so vielfach besprochenen Ursachen für den oftmals geringen Absatz eines Buches hier in allen Details aufzählen wollte; zwei Bemerkungen dürften aber doch gestattet sein: einmal kann es nicht oft genug betont werden, daß die nachgerade alles Maß übersteigende Ueberprodu-

tion die Hauptschuld an der allgemeinen Misere gleicherweise des Verlags wie des Sortiments trägt und daß dem gesamten deutschen Buchhandel kein größeres Heil widerfahren könnte, als wenn nach dieser Richtung hin endlich eine Aenderung Platz greifen würde; — dann aber muß immer und immer wieder darauf hingewiesen werden, daß der Verlag den Ast, auf dem er sitzt, selbst abägt, wenn er durch oft nur allzu liberale Kontenöffnung der rücksichtslosesten und vielfach skrupellosesten Konkurrenz lieblich die Wege ebnet und auf solche Weise dem alten seßhaften Sortimenter einfach den Boden seiner Existenz entzieht. Hier müßte der Verlag ganz andere Bahnen einschlagen, um seiner selbst wie um des Sortimenters, seines „Vermittlers“ willen. — Die von Herrn C. M. ganz richtig geschilderten Verhältnisse hinsichtlich der „Ueberschwemmung eines Platzes“ mit einer bestimmten Publikation und die dadurch hervorgerufene „finanzielle Verletzung“ des Verlegers sind eben nur als eines jener zahlreichen traurigen Resultate anzusehen, die durch die oben berührte Praxis des Verlags notwendigerweise entstehen mußten. Ganz abgesehen hiervon wird aber der Besitzer eines älteren Sortiments, dessen Einnahmen infolge der mit Hilfe des Verlags mehr oder weniger „groß“ gezogenen Konkurrenz zurückgegangen sind, selbstverständlich seine Ausgaben für nicht absolut notwendige Reklamen und sonstige, auf Hebung des Absatzes berechnete kostspielige Unternehmungen (die indirekt doch ebenso dem Verlag zu Gute kommen!) so viel als nur irgend möglich beschneiden, er wird zur Beschränkung seines Personals oder zur geringeren Besoldung desselben, mithin zur Einstellung minderwertiger Hilfskräfte gezwungen: kurzum, es leidet unter der übergroßen Konkurrenz der einzelne, wie der ganze Stand. Es muß als eine der wichtigsten und auch dringlichsten Aufgaben des Verlags bezeichnet werden, zur Frage der Beschränkung der „offenen Rechnung“ alsbald Stellung zu nehmen und darüber in Erwägungen zu treten, in welcher Weise — vielleicht unter Zugrundelegung von Stammrollen, die seitens der Vorstände der einzelnen Kreis- und Ortsvereine herzustellen und regelmäßig fortzuführen sein würden — eine Aenderung und Besserung dieser Verhältnisse anzubahnen sein dürfte.

Herr C. M. kommt sodann auf die „Begründung kaufmännischer, beziehungsweise buchhändlerischer Agenturen“ zu sprechen, von deren Etablierung er Großes für den Verlag erhofft. Ohne hier irgendwie auf Einzelheiten eingehen zu wollen, da die Einrichtung solcher Agenturen ja ausschließlich der Initiative des Verlags überlassen bleiben müßte und dieser sich mit Recht nach keiner Richtung hin Vorschriften machen lassen würde, möchte ich doch schon vor dem Versuch einer Verwirklichung dieses Planes auf das ernstlichste warnen. Ich bin überzeugt, daß Herrn C. M.'s Gedanke, falls er wirklich seitens einer größeren Anzahl von Verlags-Handlungen einmal probeweise in die Praxis umgesetzt werden würde, binnen kurzem völligen Schiffbruch erleiden müßte, daß der erzielte Gewinn auch nicht annähernd im richtigen Verhältnis zu den aufzuwendenden hohen Unkosten stehen würde und daß das Endergebnis ausschließlich in der Verbreiterung der Kluft zwischen Verlag und Sortiment, in einer Verwirrung der bisher noch immer recht leidlich zu nennenden Beziehungen vom Sortiment zum Publikum und somit in einer allgemeinen Schädigung des Verlags wie des Sortiments bestehen würde. Ich meine, daß das deutsche Sortiment, dessen Organisation unwidersprochenermaßen das gesamte Ausland bewundert, sich weder durch Agenten noch durch Reiseinspektoren jemals aus dem Sattel heben oder auch nur annähernd ersetzen lassen wird; es würde aber durch die Verwirklichung der C. M.'schen Ideen vorübergehend wiederum aufs neue geschädigt werden, dem Verlag dauernder Nutzen aber sicherlich nicht erwachsen! Im übrigen bin ich schon heute der Ueberzeugung, daß Herrn C. M.'s Plan ebenso wenig wie das seinerzeit geplante deutsche