

sendung oft nach kurz gestellten Terminen wieder Espen verschlingt) — werden außerdem oft gelähmt durch die Preisunterbietungen mancher Verleger. Hat der Verleger Ursache, sich beim Sortimentier über schlechte Verwendung zu beklagen, so liegt dies meistens an der geringen Rabattierung. Wenn der Verleger die Kosten seiner direkten Manipulation dem Sortiment durch erhöhten Rabatt zuwenden würde, so würde er auch auf ein vermehrtes Interesse rechnen dürfen.

So klagt der Sortimentier und nicht mit Unrecht. Würde schließlich jeder Verleger seine Erzeugnisse direkt vertreiben, so wäre der Zwischenhandel ja überflüssig, er brauchte gar nicht zu existieren. Oder sollte der Sortimentier nur die Pflicht haben, sich für die Einführung der Werke mit allen Kräften zu verwenden, um schließlich, wenn seine Bemühungen Erfolg hatten, den Nutzen allein dem Verleger zufließen zu lassen! Von diesem Standpunkt aus sieht der Sortimentier seine Arbeit, das Gedeihen seines Geschäfts geschädigt, und mit allen Kräften sucht er diese selbstherrliche Konkurrenz der Verleger abzuwehren.

Welchen Nutzen hat nun aber der Verleger von diesem Vorgehen? Was zwingt ihn dazu, den für die Verwertung seiner Verlagserzeugnisse ihm für die Dauer immerhin unentbehrlichen Zwischenhandel zu umgehen und so naturgemäß das Interesse der Sortimentier für seine Verlagserzeugnisse herabzumindern?

Einfach der Selbsterhaltungstrieb — die Erkenntnis, daß in vielen, ja in den meisten Fällen ein alleiniger Verlaß auf die Tätigkeit des Sortimentiers nur einen ganz geringen Absatz bedingt. Wenn der Verleger seine Nova fertiggestellt und angezeigt hat, wenn er im Börsenblatt und durch Prospekte die Kollegen im Sortiment vom Erscheinen benachrichtigt und zur Bestellung aufgefordert hat, verlangt noch kaum der zehnte Teil diese Novitäten »bedingungsweise«. Und wenn von diesen 10 Prozent sich die Hälfte wirklich für die Werke interessiert, so ist der Absatz doch immer noch ein ganz geringer, im Verhältnis zur Versendung. Soll nun der Verleger nicht das Recht haben, dieses große, durch die Untätigkeit vieler Sortimentier brach gelegte Feld der Interessenten zu beackern? Nach der Erkenntnis, d. h. nach der Ostermesse, wenn die meisten Werke als Krebse wieder zu dem Verleger zurückkehren, ist es meist zu spät, denn fast jedes Buch ist — in seiner Art — aktuell. So muß der Verleger sich vorher vor Schädigung sichern, indem er die Arbeiten des Sortimentiers für seine Werke mit übernimmt. Dann aber ist der Zwischenhändler oft auch nicht in der Lage, den berechtigten Ansprüchen der Verleger nachkommen zu können. Die Überproduktion auf allen Gebieten des Wissens und der Unterhaltung, die mannigfachen Unterscheidungen der Ausgaben, die Verschiedenheit der Auflagen, erschweren dem Sortimentier, der alles wissen soll und wissen mußte, die Übersicht, und wenn die ausgezeichneten Nachschlagewerke ihm auch vieles erleichtern, die souveräne Handhabung eines selbständigen eignen Wissens, das jedes Buch individuell beurteilt, können sie nicht ersetzen. In Berlin, Leipzig und andern Großstädten, wo sich auch der Zwischenhandel spezialisieren konnte, wo es rein medizinische, juristische, theologische Buchhandlungen gibt, ja wo für jede Wissenschaft noch besondere Antiquariate zur Stelle sind, fallen diese Bedenken wohl fort. Wie aber sieht es in der Provinz aus, wo die Sortimentier nicht nur die ganze erschienene und erscheinende Literatur in ihren Schränken und Regalen bergen sollen, sondern wo mit der Buchhandlung meistens auch gleich der Handel mit Kunst, Musikalien oder gar Schreibwarenmateriale verbunden ist? Der Vertrieb gediegener Fachliteratur z. B. scheitert da sehr häufig an der Bequemlichkeit mancher Sortimentier, oft aber auch an einem Mangel genügender Literaturkenntnisse, speziell auf wissenschaftlichen

Gebieten. Selbstverständlich trifft diese Behauptung nur für eine Anzahl Fälle zu, der Verleger darf aber immerhin berücksichtigen, daß in diesen Städten und Ortschaften der Interessentenkreis nicht wahrgenommen wird, ihm also verloren geht.

So schallen die Meinungen hinüber und herüber! Anklage hier und Verteidigung dort; beiden Parteien steht in gewissem Sinne das Recht zur Seite! Jede Verringerung der Sortimentierstätigkeit schmälert den Verdienst, erschwert den Kampf um die Existenz — besonders den kleineren und von den Hauptzentren des Buchhandels abgelegeneren Sortimentiern. Aber auch den Verlegern darf die Berechtigung nicht abgesprochen werden, daß sie da, wo die Tätigkeit der Zwischenhändler für ihre Verlagserzeugnisse versagt, zur Selbsthilfe schreiten. Sentimentale Rücksichten im Hinblick auf: »wie es früher war,« dürfen da nicht Platz greifen, wo es sich um Sein oder Nichtsein handelt. Die Zeit schreitet rastlos fort, der Kampf um die Existenz und die Existenzmittel wird immer heftiger und mit diesen fortschrittlichen Strömungen muß auch der Gesamtbuchhandel rechnen. Der Buchhändler darf nicht nur Idealist, er muß auch Geschäftsmann sein. Seine Waren bleiben immerhin Gegenstände, mit denen er handelt. Ideale Rücksichten dürfen und müssen herrschen beim Erwerb von Manuskripten und auch beim Vertrieb, sie dürfen aber nicht überwuchern, sodaß Positionen aufgegeben werden, deren Wahrnehmung dem Gesamtbuchhandel zu gute kommt.

Auch aus dem vielumstrittenen »direkten Angebot des Verlegers« könnte dem Gesamtbuchhandel nur Nutzen und Erfolg sprießen, wenn Verleger und Sortimentier im Einverständnis miteinander arbeiteten. Die Verkehrssitten werden leider immer weniger gegenseitiger und eine Spaltung tritt mehr und mehr zu Tage, da wo Brücken gebaut werden sollten und könnten.

Eine häufige Klage der Sortimentier ist z. B., daß von einer Anzahl Abonnenten auf irgend eine Zeitschrift, — nachdem der betreffende Verleger, um dem Blatt weitere Verbreitung zu sichern, eine direkte Aufforderung zum Abonnement an die Interessenten übermittelt — ein oder zwei abgesprungen seien, um direkt beim Verleger zu abonnieren. Dies ist noch kein Beweis für die Schädigung des Sortimentiers, ganz abgesehen davon, daß derartige Ausnahmen keine Regel festlegen und eine Verallgemeinerung derartiger Fälle durchaus unzulässig ist. Man möge vorher bei dem Verleger anfragen, welchen Zuwachs er an Abonnenten erhalten hat, und ob die Abonnentenzahl aus der betreffenden Stadt oder Gegend nicht um ein beträchtliches gestiegen ist. Fast immer dürfte die Antwort bejahend ausfallen, und in sehr vielen Fällen wird nachzuweisen sein, daß andere Sortimentierkollegen einen Zuwachs ihres Abonnentenstammes erhielten; ihnen sind Bestellungen in das Haus geflogen, zu deren Erlangung sie nicht das geringste taten. Hätte hier nicht eher der Verleger ein Recht, sich über Schädigung seitens des Sortimentierbuchhandels zu beklagen? Die von ihm aufgewandten Mühen und Kosten und dann natürlich auch den Verdienst hätte er gewiß gern dem Sortimentier überlassen, wenn er dessen Verwendung sicher gewesen wäre. Wie viele Sortimentier aber verlangen überhaupt das oft überreichlich angebotene Manipulationsmaterial, wie viele verwenden es richtig!

Ein oft von den Sortimentern ausgesprochener Wunsch ist, daß der Verleger dann wenigstens die bei ihm eingegangenen Bestellungen den Sortimentierkollegen zur Erledigung überweise. Das wäre allerdings sehr angenehm! Schließlich aber hat der Verleger doch ein Recht und als Geschäftsmann sogar die Verpflichtung, die ihm durch seine Propaganda entstandenen Kosten zu decken; er darf für seine alleinige Tätigkeit auch einen Gewinn beanspruchen!