

Nichtamtlicher Teil.

Die »Ausschreitungen des Buchhandels«.

Antwort

auf die Denkschrift des Akademischen Schutzvereins.

Von

R. L. Prager.

(Einleitung f. Börsenblatt Nr. 190.)

II.

Habe ich in der Einleitung dem Bedauern Ausdruck gegeben, daß der »Schutzverein« begründet worden ist, so bezog sich mein Bedauern darauf, daß die Begründung eines derartigen Vereins nicht gerade geeignet erscheint, das gute Einvernehmen, auf das Wissenschaft und Buchhandel miteinander angewiesen sind, zu fördern. Wie jene Kraft, die stets das Böse will und stets das Gute schafft, wird aber auch der Schutzverein und seine Erfolge und Mißerfolge manchem heute noch blinden Gefolgsmann die Augen darüber öffnen, daß der größte Teil der Vorwürfe, die dem Buchhandel gemacht werden, auf Unkenntnis, manche vielleicht auch auf Übelwollen beruhen. Ebenso hoffe ich zuversichtlich, daß der Erfolg der Denkschrift, anstatt dem Buchhandel zu schaden, ihm nützen wird. Wird doch mancher, der das Märchen von der Verteuerung der Bücher durch den »Buchhändlerling«, der die Fabel von der »Lohnsklaverei der Gelehrten« durch die Verleger gläubig nachgebetet hat, der den von dem Sortimentern dem Kunden bewilligten Rabatt als ein heiliges, unantastbares Gut betrachtet hat, Veranlassung nehmen, selbstprüfend der Sache näher zu treten. Wie im Lichte der aufgehenden Sonne die Gespenster verschwinden, so werden auch diese Hirngespinnste von der »Unterbindung der gefunden Entwicklung unseres gesamten nationalen Geisteslebens, der Erschwerung der Beteiligung der minder bemittelten Volksklassen an den Früchten der Kultur, von der Verteuerung der geistigen Nahrung zu gunsten weniger« erkannt werden als das, was sie sind, als Hirngespinnste, hervorgegangen aus ungenügender Kenntnis der Bedingungen des buchhändlerischen Betriebs und falscher Anwendung wirtschaftlicher Lehren. Wenn die nachstehenden Zeilen zu dieser Luftreinigung etwas beitragen würden, wäre der Zweck meiner Arbeit erreicht.

Das Buch als Ware.

Daß das Buch ein »geistiges Erzeugnis« ist, sei ihm mit andern Waren, wie Maschinen u. a., gemeinsam, und verrate ein Ingenieur oder Musterzeichner oft nicht weniger Geist, oft auch mehr Geschmac, als viele Autoren von Büchern. Wenn dies niemand dem Verfasser der Denkschrift bestreiten wird, so dürfte die Ansicht, daß das Buch ein »Massenprodukt« sei, nicht auf gleiche allgemeine Zustimmung rechnen dürfen. Im Gegenteil ist der größte Teil der Bücher, namentlich der wissenschaftlichen, kein Massenprodukt. Eine Herstellung in 1000, 1500 Exemplaren teilt das Buch mit zahlreichen Luxusartikeln, die doch gerade das Gegenteil der Massenprodukte sind. Sonst wäre ja jede Ware, die fabrikmäßig hergestellt wird, ein Massenprodukt. Versteht aber Herr Professor Bücher unter Massenprodukt jede Ware, die fabrikmäßig erzeugt wird, gegenüber einem einzelnen bei dem Hersteller bestellten Stück, wie z. B. die Kleiderfabrikation gegenüber dem einzelnen bei dem Schneider bestellten Anzug, so wäre die Unterbringung des Buchs unter Massenprodukte erklärlich, wenn diese Unterstellung der daraus gezogenen Folgerungen wegen mir auch bedenklich erscheint. Unter Massenprodukten verstehe ich solche Waren, die nicht nur in Massen hergestellt werden, sondern sich auch an die Massen als Käufer wenden. Die

Natur des Buchs bringt es aber mit sich, daß der größte Teil der Bücher nur ein beschränktes Absatzgebiet hat. Selbst die Bücher, die nach dem beliebten Ausdruck »jeden Gebildeten« als Interessenten ansprechen, wenden sich nicht an die große Masse, sondern an den immerhin kleinen Kreis der Gebildeten. Eine Ausnahme macht lediglich die populäre Literatur, denen Encyklopädien sich anreihen mögen. Man kann deshalb auch nicht, wie der Verfasser es tut, das Buch schlanke mit einem bedruckten Stück Kattun, einem Herrenkleiderstoff, einem Strang Baumwollengarn zusammenstellen. Bei diesen wird allerdings die Höhe der »Auflage« entscheidend sein für die Höhe des Marktpreises, der zur Kostendeckung erforderlich ist. Beim Buch ist aber die Höhe der »Auflage« nur eines der zahlreichen Momente, die für die Höhe des Marktpreises entscheidend sind. Es wäre eine recht mechanische Art, die sich für den Verleger oft bitter rächen würde, wenn er lediglich die Höhe der Auflage für die Preisbestimmung verwerten würde. Honorar, die Kreise, an die sich das Buch wendet, ihre Kaufkraft und vieles andre kommen dabei in Betracht. Ja ich behaupte sogar, daß die Höhe der Auflage sich erst aus der Betrachtung aller andern Momente ergibt. So gibt es z. B. eine ganze Anzahl Bücher, die, wenn sie Erfolg haben sollen, einen bestimmten Preis nicht übersteigen dürfen. Man wird also zu prüfen haben, eine wie große Auflage dazu gehört, um das Buch rentabel zu machen, und die Erwägung, ob diese Anzahl zu verkaufen ist oder nicht, wird den Ausschlag geben, ob der Verleger das Buch druckt oder nicht. Sind ähnliche Momente auch bei andern Waren maßgebend, so fallen sie doch nicht so sehr ins Gewicht, wenn es sich um Waren handelt, die in unbeschränkter Zahl Käufer finden können und diese auch finden, wenn die hohe Ziffer ihrer Auflage ihnen Käuferkreise zugänglich macht, die ihnen bisher nicht offen standen. Verleger, die sich dieses Unterschieds der Buchware von andern Waren nicht bewußt gewesen sind, haben am eignen Leib ihn oft genug erfahren. Herr Professor Bücher erkennt an, daß der Gebrauch des Buchs nur Einzelgebrauch sein kann, daß der Bedarf des Käufers im allgemeinen mit einem Exemplar gedeckt sein wird, ja daß dieses eine Exemplar den Bedürfnissen mehrerer dienen kann: schon daraus scheint mit hervorzugehen, daß man das Buch nie ein Massenprodukt nennen kann, wozu sich nur Waren eignen, die verbraucht und deshalb erneut angeschafft werden, nach denen also dauernde Nachfrage eines und desselben Käufers zu erwarten ist.

»Nun ist ein großer Teil dieses Bedarfs latenter Bedarf, der zum Leben erweckt, zur Kauflust gesteigert werden kann« (S. 8.). Gewiß, und diesen Bedarf zum Leben erwecken kann nur der Buchhändler, kann nur ein möglichst engmaschiges Netz von über das ganze Land verstreuten Sortimentern, die den Bedarf durch Vorlage, Empfehlung wecken und den geweckten zu befriedigen imstande sind. Diese Art der Erweckung des Bedürfnisses und seiner Befriedigung ist sicher aussichtsvoller, als wenn dies von einer Zentrale aus etwa durch den Verleger durch Prospekte, Kataloge oder Inserate geschieht und außerdem bedeutend weniger kostspielig, wie im Laufe der Untersuchung gezeigt werden wird. Bei der »nie rastenden Steigerung der Produktion« ist es unbedingt notwendig, daß dem Käufer Gelegenheit gegeben wird, die Ware zu prüfen, ehe er sie kauft, und er nicht darauf angewiesen ist, sich auf die Empfehlung des Produzenten zu verlassen. »Der zerstreute Bedarf muß erst gesammelt, in den Händen einzelner kommerzieller Mittelglieder konzentriert werden« (S. 8.). Diese Mittelglieder sind eben die Sortimentsbuchhändler. Ihre Tätigkeit besteht in