

fanden, in ihren wirklichen Preisforderungen wenigstens bei ihrer regelmäßigen Kundschaft unter demselben zu bleiben, und so entstand der Kundenrabatt.

Also weil dem Sortimentbuchhändler nachgerade sein Verdienst zu riesengroß vorkam, gab er beschämt und errötend aus freien Stücken einen Teil wieder her, gab Rabatt! Diese volkswirtschaftliche Weisheit kommt mir verblüffend vor. Den Kaufleuten ist es aber wohl klar, daß nicht übergroße Zufriedenheit mit allzureichlichem Verdienst, sondern die Unzufriedenheit, der Versuch, durch Unterbietung größeren Umsatz und damit größeren Verdienst zu erzielen, daß der Wettbewerb den Rabatt — nicht nur im Buchhandel — erfunden hat; wenn auch teilweise der Rabatt eine Vergünstigung bei höherem Bezug sein sollte und mit Recht noch ist.

Immer wieder (z. B. S. 75) wendet sich Büchers Haß gegen die Vorschriften des Buchhändler-Vereins zur Innehaltung der vom Verleger festgesetzten Preise, womit angeblich die freie Konkurrenz unterbunden sein soll. Allem Anschein nach versteht der Herr Verfasser unter freiem Wettbewerb ausschließlich oder wenigstens vorzugsweise die Preisunterbietung, z. B. in Form von Rabatt. Preisunterbietung ist eine gefährliche, meist bald von anderen übertriffene Manipulation, keinesfalls eine Leistung besonderer Intelligenz!

Warum gehen denn die Professoren uns nicht im Wettbewerb mit leuchtendem Beispiel voran und ringen durch Rabattnachlaß bei den Kollegengeldern um die Palme? So viel ich weiß, wollen aber z. B. auch die Musiklehrer für das Stundenhonorar eine gewisse Grenze nach unten festsetzen. Auch im soliden Buchhandel sollte die Leistung, nicht die Preisunterbietung für den Ruf der Firma ausschlaggebend sein. Was soll denn der Sortimenter beim Verkauf der fertigen Ware noch leisten, fragen Sie wohl? Nur völlige Unkenntnis oder absichtliches Nichtwissenwollen kann dem Sortimentbuchhändler im allgemeinen — Ausnahmen gibt es überall, auch bei den Professoren — redliches Bestreben, gründliche Arbeit zu leisten, absprechen. Wieviel Mühe muß der Buchhändler von seiner Ausbildung an und ohne Ende darauf verwenden, au fait zu sein, sich auf einer guten Bildungshöhe zu halten und unablässig seine Kenntnisse zu erweitern, ohne die ihm allerdings sein Fortkommen unmöglich wäre. Da setzt — da soll auch der Wettbewerb einsetzen. — Wer die besten Kenntnisse und das beste Verständnis für die vielerlei Bedürfnisse des Publikums hat, wer unermüdet und unverdrossen in seinem Beruf die ideale Aufgabe findet, das Gute und die Wahrheit verbreiten zu helfen, der soll im Wettbewerb siegen, nicht der indifferente, ideallose Verkäufer, der sich durch Preisunterbietung einen Namen zu machen sucht. Wären die Buchhändler im allgemeinen so gleichgültige Handelsleute, deren wichtigste Geschäftsmaxime großer Umsatz gleichviel welcher Ware mit Hilfe von Preisunterbietungen wäre, so hätten gewiß nicht so viele Kollegen in hohen Ehrenstellungen und in so achtbarem Ruf in ihrer Heimat gestanden, wie es der Fall ist. Folgten wir Herrn Büchers Ratschlägen und gäben die strikte Festsetzung des Ladenpreises als alle nach Ueberkommen verpflichtendes Gesetz auf, so gäbe es nur noch Warenhäuser, die natürlich lieber gangbare — wie der Verfasser zugibt, oft die Grenze des Erlaubten streifende (S. 104) — Ware führen, aber für Novitäten und ausserlesenen Geschmack nicht zu haben sind. Wo bliebe dann die vom Verfasser in folgenden Worten selbst fixierte Aufgabe des Buchhandels? Er sagt (S. 8):

»so erwächst dem Buchhandel die Aufgabe einer die ganze Bevölkerung durchdringenden, überall individualisierend vorgehenden Kleinarbeit« und S. 12: »Denn fast jede Literaturgattung hat ihre besonderen Absatzbedingungen, ihren besonders gearteten Konsumentenkreis, der genau erforscht und mit psychologischer Feinfühligkeit bearbeitet sein will.«

Aber nach Herrn Büchers Urteil (S. 234) ist »das Sortiment zur Erfüllung seiner Funktion untauglich geworden«, und deshalb soll der Zwischenhandel bis auf Wenige ausgeschaltet werden. Wenn

diese Behauptung berechtigt sein sollte, wenn der Sortimentbuchhandel sich unfähig gezeigt haben sollte, so wäre immer noch die Frage offen, ob nicht gerade die vom Verfasser so warm empfohlene Form des Wettbewerbs, die Preisunterbietung durch Rabattsteigerung, das Zurückbleiben in qualitativer Leistung verschuldet hat. Jedenfalls steht die »individualisierend vorgehende Kleinarbeit« meines Erachtens in gewissem Gegensatz zu dem Prinzip, à tout prix Massenabsatz zu erzielen, und hat andre Voraussetzungen. Zum Glück wissen aber die Verleger die Tätigkeit des Sortiments im allgemeinen besser zu schätzen und verkennen die Erfolge der Kleinarbeit im Sortiment nicht. Ich habe, um einige beliebige Beispiele anzuführen, im letzten Jahr durch unablässiges Versenden und Empfehlen — was doch ganz andre Kraft hat als eine einmalige gedruckte Anzeige des Verlegers — von dem kleinen Buch, herausgegeben von Boewenberg, »Vom goldenen Überfluß« ca. 70 Exemplare abgesetzt. Wenn nun in 500 Städten zusammen nur 500 Buchhändler das gleiche getan haben, dann war dem prächtigen Büchlein deutscher Lieder der Weg in breite Volksschichten gebahnt und eine Auflage von 35000 Exemplaren abgesetzt. Tatsächlich sind allerdings nur 20000 Exemplare abgesetzt in einem Jahre!

Der leider früh verstorbene Dichter Jacobowski hat eine kleine, aber doch reiche Viedersammlung fürs Volk veranstaltet, die pro Exemplar zu 10  $\text{M}$  verkauft wird. Durch stetes Aushängen mit offen gehaltenen Seiten zur Lektüre für die Vorübergehenden und durch häufiges Anbieten setzte ich doch weit über hundert Stück ab. Der Sortimentbuchhandel kann also 50—100000 Exemplare pro anno absetzen und damit viel Segen stiften. Der Verdienst war kein verlockender und sicher kein Wucher. Andere Artikel wären lohnender. Auch die Verwendung für die vornehmen, eigenartigen Veröffentlichungen des Fischer & Franke'schen Verlags, jetzt in Düsseldorf, kostet außerordentlich viel Mühe und lohnt sich bei dem geringen Absatz wenig. Ich könnte noch an die Meisterbilder des Kunstwarts u. a. erinnern, für die der Sortimenter uneigennütziges Interesse haben muß, wenn er nicht vorzieht sich auf lohnendere Brotartikel zu werfen. Massenumsatz ist trotz der Billigkeit bei diesen, nicht dem trivialen Geschmack der Menge dienenden Blättern nicht so leicht zu erzielen. Warum will der Verfasser dem Buchhandel im allgemeinen absprechen, daß er sich mit anerkanntem Eifer den idealen Bestrebungen gerade auch der kämpfenden neuen Zeit zu Diensten stellt und höhere Ziele als nur allein raschen Umsatz gleichviel welcher Waare kennt?

Also nicht Preisunterbietung, sondern bibliographische Kenntnisse, guter Geschmack und anständige Gesinnung, die sich im Interesse für das Gediegene betätigt und das Gemeine, wenn es auch höheren Kassennutzen bringt, verschmäht, sollen im Wettbewerb der Buchhändler entscheidend sein, und ich glaube doch, daß der akademische Schutzverein im Interesse des Volkswohls besser daran täte, durch Unterstützung der Solidität und idealen Gesinnung, wie sie sich überwiegend im Buchhandel betätigt, dem besseren über den strupellosen, dem gründlich durchgebildeten Fachmann über den Macher zum Sieg im Wettbewerb zu verhelfen. Außerdem ist die von den Buchhändlern beschlossene Rabattkürzung garnichts Neues und Vereinzelt im Handel und Gewerbe. Auch Fleischer und Bäcker schafften den Rabatt oder die Zugaben ab. Die Handelsleute dagegen wissen sich — da bei ihren Artikeln feste, bekannte Preise nicht existieren, durch Preiserhöhung bei manchen Artikeln für die Herabsetzung bei andern zu entschädigen. — Ist nun der Rabattverlust nach der jetzt eingeführten Kürzung wirklich so schmerzhaft empfindlich, wie der Verfasser mit Empörung darzustellen sucht? Werden wirklich unerhörte Opfer gefordert? Wie viel, bzw. wie wenig Privatpersonen und Beamte gibt es außer den Herren Universitätsprofessoren, die jährlich einen Bücherbedarf von 100  $\text{M}$ . haben! Oft genug haben Dichter in humoristischer Weise geschildert, wie der Deutsche zu Weihnachten nach Erschöpfung seines Gaben-Stats von beträchtlicher Höhe doch noch »an das Buch« denkt und es zuguterleht kauft — nein, meistens nicht kauft. Das ist keine die