

lage von den vorhandenen Platten abziehen, als bei jedem notwendigen Neudruck in doppelter Beziehung kostspielige Veränderungen anbringen; der Sortimenter hingegen hat direkten Schaden durch häufig veränderte Auflagen.

Trifft somit für Übelstände, wie sie oben erwähnt werden, den Buchhandel weder eine Schuld, noch hat er an der Beibehaltung dieser Übelstände ein Interesse, so bedarf der Vorwurf, den Bücher dem Buchhandel macht, daß die wissenschaftliche Produktion durch den Wegfall des bisher gewährten Rabatts von 5 oder 10 Prozent um ebensoviel verteuert werde, einer Widerlegung. Daß der Bücherbedarf durch den Wegfall des Rabatts um genau ebensoviel verteuert werde, ist eine starke Übertreibung. Von Wochen- und Monatsjournalen, Antiquariis, ausländischem Sortiment ist niemals Rabatt gegeben worden. Rechnet man diese auf $\frac{1}{3}$ bis $\frac{1}{2}$ des ganzen Bedarfs, so würde bei einem Bücherbudget von 400 M jährlich — für so viel dürfte der bessere Durchschnittskunde in Deutschland höchstens beziehen — der Rabatt von 5—8 Prozent von 200 bis 266 M fortfallen, d. h. bei 5 Prozent 10—14 M, bei 8 Prozent 16—21 M. Selbst bei größern Bibliotheken sind die Summen, die der Fortfall des Rabatts dem Bücherkauf entzieht, sehr geringfügig. Bei einem Jahresbudget von 30 000 M — und soviel haben nur sehr wenige Bibliotheken — würde die Minderung des Rabatts um 5 Prozent nur einen Ausfall von 750—1000 M bedeuten, da sich der Aufwand für Einbände, Journale, Antiquaria, ausländische Literatur, die rabattfrei sind und waren, auf etwa 10—15 000 M beziffern dürfte.

Von der sogenannten schönen Literatur soll dies — nämlich die Wettmachung der Verminderung oder gänzlichen Entziehung des bisher gewährten Rabatts durch verminderten Konsum — nach Bücher noch in höherem Maße gelten. Auch dies ist nicht der Fall. Einerseits fallen bei belletristischer und populärwissenschaftlicher Literatur die billigen Sammlungen, wie Reclam, Henschel, Engelhorn, von denen bisher auch kein Rabatt abgezogen worden ist, sehr ins Gewicht, andererseits ist die Summe, die Leute mit bescheidenen Einkommensverhältnissen jährlich für Bücher anlegen, so geringfügig, daß Rabatt oder Nichtrabatt gar keine Rolle spielt. Die jährliche Ausgabe von Büchern dürfte in diesen Kreisen kaum 100 M übersteigen, ein Fortfall von 5 Prozent macht ganze 5 M aus; aber auch diese 5 M müssen noch auf etwa die Hälfte zurückgeführt werden, da gerade bei diesen kleinen Bücherbudgets Wochen- und Monatszeitschriften verhältnismäßig hoch eingesetzt werden müssen.

Auch irrt Bücher, wenn er den Bücherankauf seitens »der durch die neuere wirtschaftliche Entwicklung emporgebrachten Klassen« gar so niedrig taxiert; der tatsächliche Absatz an belletristischer Literatur, populärwissenschaftlichen Werken und Enzyklopädien spricht dagegen.

Es ist also keineswegs zuzugeben, daß »eine allgemeine Abnahme des Konsums die Folge der Beseitigung des Kundenrabatts sein wird«, wenn dies »auch von buchhändlerischer Seite — allerdings nur sehr vereinzelt — anerkannt worden« ist. (S. 144).

Schon weiter oben habe ich den Worten H. Credners in seinem Jahresbericht des Vereins der Buchhändler zu Leipzig für 1901 die Ansicht Schürmanns gegenübergestellt, der den dem Sortimenten gewährten Rabatt als einen notwendigen Entgelt für den Vertrieb des Buches in natura und die dadurch verursachten Spesen betrachtet. Dem Crednerschen Satz:

»Es ist dagegen nicht zu bestreiten, daß dieser Mehrverdienst des Sortiments einem Verlust des Verlags

in annähernd gleicher Höhe entsprechen würde, ohne daß diesem dafür eine Gegenleistung geboten würde«

ist entgegenzuhalten, daß die Gegenleistung in der Erhaltung des Sortiments besteht, dessen Untergang den Verlag in zweierlei Hinsicht schwer treffen würde: einmal in einer ganz erheblichen Vermehrung der Betriebskosten, das andre Mal durch die Erschwerung der Produktion, eine Folge, die allerdings vielleicht wohlätig genannt werden kann.

Aber nicht nur die Verleger sollen durch die Abschaffung des Rabatts geschädigt sein, »sie haben, was sie gewollt haben«, auch die Autoren gehe die Sache an. (S. 145.) Es liege doch offenbar in der Natur des Verlagsvertrags, daß der Verleger nicht einseitig Schritte tun oder sich an solchen beteiligen dürfe, welche die Verbreitung eines Verlagswerks hemmen. Denn er schädige dadurch nicht bloß ideell, sondern auch materiell seinen Mit-Kontrahenten, den Autor.

»Durch die mit der Abschaffung des Kundenrabatts verbundene Veränderung der Absatzbedingungen sind aber sämtliche aus früherer Zeit stammenden Verlagsverträge in dieser die Autoren schädigenden Weise abgeändert worden (S. 145).«

»Wenn man dies liest, mag's leidlich scheinen,« wenn man sich aber erinnert, daß die Festsetzung des Ladenpreises Sache des Verlegers ist, selbst wenn im Verlagsvertrag der Verfasser sich einen Einfluß auf die Gestaltung des Ladenpreises vorbehalten hat, in welchem Fall der Verleger mit dem Verfasser einen Ladenpreis vereinbart, der eben Geltung haben und nicht nach oben und nicht nach unten verändert werden soll, so begreift man nicht, wie dieses Festhalten des festgesetzten oder mit dem Verfasser vereinbarten Ladenpreises eine Abänderung der Verlagsverträge bedeuten soll. Die Schädigung des Verfassers behauptet Bücher, beweist sie nicht, während ich sie entschieden bestreite, weil ich bestreite, daß ein Minderverkauf infolge Wegfalls des Rabatts überhaupt in Frage kommt.

Aber dem sei wie ihm wolle — alles dies trifft nicht den Kernpunkt der Frage! Der Kernpunkt ist einzig und allein die Erwägung, daß die Rückkehr zum Ladenpreis eine Notwendigkeit ist, die nicht nur die kleinen und kleinsten, nein, die auch die großen Firmen erstreben, wenn ihr Nutzen nicht weit unter dem bleiben soll, was sie berechtigt sind als Gegenleistung für die von ihnen beanspruchte Tätigkeit zu fordern.

Den Schluß des Kapitels bildet eine Besprechung der »Verhältnisse im deutschen Bücherverlage«, die sehr lesenswert ist und manch treffendes, beherzigenswertes Moment zu Tage fördert. Die Ausbreitung der reinen Verlagsunternehmung, die Trennung des Sortiments vom Verlag, der Eintritt von Erwerbsgesellschaften (Aktiengesellschaften und Gesellschaften m. b. H.) in den Verlag und mit ihnen der Eintritt des kapitalistischen Prinzips in den Buchhandel wird in ihren bereits vorhandenen und noch zu erwartenden Folgen aufgezeigt, die namentlich darin zu suchen sind, daß

»jene für beide Teile fruchtbaren persönlichen Beziehungen zwischen Autor und Verleger, die die möglichen Härten des Vertragsverhältnisses für beide Teile abzumindern pflegten, schwinden, und an ihre Stelle das kalt berechnende Unternehmerprinzip tritt, das aus dem Verhältnisse den höchstmöglichen Geldertrag zu ziehen sucht (S. 147).«

Diese großen Betriebe dürfen nicht stillstehen, es »darf der Inhaber einer jener Bücherfabriken seine Schnellpressen nicht müßig stehen, sein Setzerpersonal sich nicht verlaufen lassen. So entsteht ein ökonomischer Zwang zu verlegen und eine Gefahr der überhasteten Produktion literarischer Dutzendware.«