

Bei Professor Bücher tritt jene Geringschätzung des Sortimenters zutage, der man mitunter in den Kreisen des Publikums zu begegnen pflegt und die ich in dem Eingangsmotto scherzhaft zu charakterisieren versuchte. Ich nehme dem gelehrten Verfasser nichts übel; er kann ja nicht — wie der Schreiber dieser Zeilen aus einer Erfahrung von nahezu drei Dezennien — wissen, welche Summe von Fleiß, Aufopferung und Selbstverleugnung zu der von ihm so gering geachteten Tätigkeit gehört.

Wenn er die Behauptung aufstellt, »daß allem Anschein nach der Absatz des Sortimenters hinter dem des Reise- und Kolportagebuchhandels erheblich zurückbleibt«, so läßt sich dies weder beweisen, noch bestimmt in Abrede stellen; jedenfalls müßte in Erwägung gezogen werden, daß diese Vertriebsarten nicht streng geschieden sind, da ja manche Sortimentsfirmen zur Belebung ihres Absatzes reisen lassen, und sogenannte Reisefirmen den gesamten Bücherbedarf ihrer einmal gewonnenen Kunden decken. Auch der Kolportagebuchhandel ist nicht immer vom Sortiment streng getrennt.

Professor Bücher nimmt auf seine früheren Ausführungen (Seite 40) Bezug und will aus einer dort angebrachten Tabelle, die ihm eine bedeutende Verlagsfirma zur Verfügung stellte, Schlüsse ziehen, die auf die Resultate der Tätigkeit des Sortimenters ein ungünstiges Licht werfen:

»Es entfielen von der gesamten Auslieferung dem Werte nach:

der Jahre	auf feste Bezüge	Barsendungen	Versendungen à cond.
1899	36.30	32.90	30.80
1900	32.79	33.83	33.38
1901	38.39	29.17	32.44
1902	23.13	47.43	29.44

Von den Konditionsendungen der erwähnten Firma einschließlich der Disponenden wurden in den Jahren 1900 und 1901 durch den Sortimenterbuchhandel etwa 16% abgesetzt, wobei aber zu berücksichtigen ist, daß viele Firmen die in Kommission bezogenen Bücher bei einem wirklichen Absatz durch festen Nachbezug ergänzen, so daß das Resultat etwas günstiger, vielleicht auf 20% abgeschätzt werden darf. Das ergäbe etwa 8% des gesamten Absatzes.

Hier ist nun ein gewaltiger Irrtum zu konstatieren. Es ist nämlich unrichtig, aus dem vielleicht gering scheinenden Absatzprozent der Konditionsendungen auf deren Zwecklosigkeit zu schließen, und ganz falsch, zu behaupten, »daß für mehr als neun Zehntel des Absatzes das Sortiment bloß als Besorgungsanstalt fungiert«. Ich begreife es, daß jeder, dem das Getriebe des Buchhandels fremd ist, so urteilt; der Kundige weiß jedoch, daß ein erheblicher Teil des festen Absatzes (nicht bloß die festen Nachbezüge der verkauften Konditionsware) auf die vielfache Vertriebstätigkeit des Sortimenters zurückzuführen ist: so die direkte Ansichtsendung, das Auslegen im Schaufenster, die persönliche Empfehlung, die kostspielige Herstellung und Versendung von Katalogen, Prospekten, Zirkularen etc.

Es ist ja schon die Gegenprobe gemacht worden, und bei den meisten Büchern (Schulbücher u. dgl. selbstverständlich ausgenommen) läßt sich konstatieren, daß ohne Konditionsversendung der Absatz schwer oder gar nicht durchzuführen ist.

Die besondere Vorliebe, mit der das Sortiment von Professor Bücher als »Besorgungsanstalt« bezeichnet wird, läßt deutlich erkennen, daß dem Verfasser jede Information darüber fehlt, in wie zahllosen Fällen der Sortimenter um literarische Auskünfte angegangen wird — nicht selten sogar von Gelehrten, die auf jedem andern als ihrem eignen Gebiete des Rats bedürfen. In den Tagesblättern wird der Scharfsinn und die Findigkeit gerühmt, mit der die deutschen Postbeamten unleserliche, undeutliche und zweifelhafte Adressen entziffern und die Adressaten eruieren; wer zählt die ohne

Angabe des Verfassers, mit undeutlichem Titel und falscher Autorbezeichnung einlaufenden Bestellungen, an denen der Sortimenter seine Literaturkenntnis und seine Kombinationsgabe zu erproben Gelegenheit hat?

Professor Bücher findet, daß »von den verschiedensten Seiten Kräfte am Werke sind, um dem Sortiment weitem Abbruch zu tun. Zunächst ist es ein Teil der Verleger. Entweder errichten sie eigne Versandabteilungen, durch die sie Verlagsartikel direkt an das Publikum absetzen, oder sie senden Reisende aus, durch die sie eigne Verkaufsstellen außerhalb des zünftigen Buchhandels gewinnen«.

Es ist nicht recht ersichtlich, was Professor Bücher mit diesen Versandabteilungen und Verkaufsstellen meint; sehr augenfällig scheint deren Wirksamkeit nicht zu sein. Gewiß bemühen sich manche Verleger, das große Publikum — eventuell die Fachreise — auf ihren Verlag aufmerksam zu machen; in ihrer Weise tun das ja auch die Fabrikanten von Zahnpasta, Seife oder Kindernährmitteln; doch wird kein Fabrikant ernstlich beabsichtigen oder wünschen, das Geschäft mit dem Publikum direkt zu machen. Mit der »Ausschaltung des Zwischenhandels« hat es seine guten Wege; trotz ermäßigtem Postporto hat er noch immer seine Berechtigung.

Weiter spricht Professor Bücher von den gemeinnützigen Vereinen, die ihre billigen »Volksbücher« mit Umgehung des Buchhandels zum Teil durch Konsumvereine absetzen. Nun, das muß wohl ertragen werden; jedenfalls haben es Reclam, Meyer und Henschel nicht zu bedauern, daß sie dem altmodischen Wege des Verschleißes durch den Buchhandel treu geblieben sind.

Weitere Absätze des Kapitels handeln von der Gefahr, die dem Sortiment durch den Zeitungsbuchhandel erwächst, von den Klagen der Sortimenter über das Schulbüchergeschäft, von der Errichtung von Volksbibliotheken und Lesesälen etc., und in dem Bestreben, die derzeitige Organisation des Buchhandels als unzumutbar darzustellen, versteigt sich Professor Bücher zu der Behauptung: »Für die meisten Einkäufe der öffentlichen Bibliotheken spielt die Ansichtsendung eine geringe Rolle« — ?? — Es ist wohl sehr zweifelhaft, ob diese Ansicht von der Mehrzahl der Bibliothekare geteilt wird; im Gegenteil können sich in der Regel die Leiter der Bibliotheken nur dann zur Anschaffung entschließen, wenn ihnen das Werk im Original vorliegt und sie sich über dessen Bedeutung in der Fachliteratur ein selbständiges Urteil bilden können.

Entsprechend der Tendenz der Denkschrift sehnt Professor Bücher zum Schluß des Kapitels »für den erstarrten Vertriebskörper die scharfe Luft des freien Wettbewerbs« herbei; er verlangt »die Wiederherstellung der Betriebsfreiheit, sei es durch völlige Aufhebung des Ladenpreises, sei es durch Freigabe des Kundenrabatts«.

Dies alles in einer Zeit, in der der ausländische Buchhandel mit Neid auf die Organisation des deutschen Buchhandels blickt und sich eifrig bemüht, sie nachzuahmen — dies alles, obwohl die Natur des Buchs — mindestens solange es Novität ist — einen fixen Preis rechtfertigt und verlangt.

Wien, Dezember 1903.

Friedrich Schiller.

Rabattvergütung bei Postbezug von Zeitschriften.

XV. (Vgl. Börsenblatt 1903 Nr. 289, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302; — 1904 Nr. 1.)

Weitere Mitteilungen betreffend Rabattvergütung an Sortimentern bei Postbezug von Zeitschriften:

A. Hofmann & Comp., Berlin:

für

»Kladderadatsch«

für Expt. u. Vierteljahr — 40 s.