

ihn mit dem heutigen Kolportagebuchhandel vergleichen. Aber auch dieser Vergleich hinkt, wie alle solche Vergleiche, und es ist wohl richtiger, dem Reisebuchhandel nicht einen künstlichen Altadel anzudichten, sondern ihn als richtiges Kind der neuen Zeit hinzustellen, der erst möglich und notwendig wurde, als große enzyklopädische Werke entstanden, die erhebliche Herstellungskosten erforderten und gleichzeitig, um Massenartikel zu werden, einen billigen Preis haben mußten. Da hieß es den latenten Bedarf aufzusuchen und zu dieser Auffuchung trat der Reisebuchhandel ins Leben, eine neue Form des Buchhandels, nicht eine Wiederbelebung der alten Form des Reisens der ersten Drucker-Buchhändler, die, ganz entgegen dem Gebaren der neuen Reisenden, ruhig in ihrer Meßbude auf Käufer warteten, was allerdings gelegentliche Besuche bei Klöstern, Fürsten und Bibliotheken nicht ausschloß. Der Reisebuchhandel ist eben ein Kind der Neuzeit, was ihm bei der fortschreitenden Demokratisierung der Gesellschaft auch kaum Schaden dürfte. Sperling sagt selbst, daß die Änderung in der Betriebsweise des Kolportagebuchhandels, der bis dahin mit Probeheften gearbeitet hatte, von dem Bibliographischen Institut (Meyer) ausgegangen ist, das in den sechziger Jahren des vorigen Jahrhunderts einen ganzen Musterband seiner Enzyklopädie zusammenstellte und statt der Kolporteurs Reisende fand, die es besser verstanden, mit dem Publikum umzugehen. Nicht zu vergessen ist, daß die Einführung sehr geringer monatlicher oder vierteljährlicher Teilzahlungen zum Erfolg des Reisebuchhandels beigetragen hat, da diese Teilzahlung ein Publikum als Bücherkäufer herangezogen hat, das bis dahin wohl gern gekauft hätte, aber weder die Gelegenheit, noch die Möglichkeit dazu gehabt hatte.

Erst in den siebziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts begann der Aufschwung des Reisebuchhandels und hat seit dieser Zeit einen immer größern Umfang angenommen. Der Verfasser erkennt die »mühsame, unendlich fleißige Arbeit« des Sortimenters an, ebenso die Tätigkeit des Verlegers für den Absatz seiner Produkte. »Da aber, wo die Kraft des Sortimentsbuchhandels aufhört und die Arbeit des Verlegers ihre Wirkung verliert, ist es der Reisebuchhandel, der mit seiner Arbeit einsetzt« . . . »Ich meine nicht, vielmehr glaube ich, daß der Reisebuchhandel, wie er die älteste Form des Bücherverkehrs ist, auch als dessen natürlichste Form bezeichnet werden kann, wenigstens, wie schon bemerkt, für einen sehr großen Teil der Bücherproduktion und einen großen Teil des Publikums.« — Das ist doch eine etwas starke Überschätzung des Reisebuchhandels. Der Reisebuchhandel ist eine Form, die sich überhaupt nur für den Vertrieb einzelner, dazu hochbewerteter Werke eignet, weil in dem Vertrieb einzelner Werke der Erfolg liegt und die Höhe der Spesen einen Verkauf billiger Werke ausschließt. Sperling sagt selbst, »daß es in erster Linie nur größere Werke sein können; aber es gibt auch Firmen, welche den Vertrieb kleiner, namentlich populärmedizinischer Werke im Preise von 15 bis 25 M pflegen.« — 15 bis 25 M kosten die kleineren Werke, deren sich der Reisebuchhandel nur ausnahmsweise annimmt; wo bleiben aber die unzähligen andern, deren Ladenpreis unter — 15 bis 25 M, ja 1 M und darunter beträgt? Dafür ist ja die »mühsame, unendlich fleißige Arbeit« des Sortimenters da! Unter solchen Gesichtspunkten ist auch der Umsatz der Reisebuchhandlungen zu beurteilen, der nach Sperling 2—300 000 M beträgt, bei einigen Firmen sich auf 5—600 000 M steigert. Demgegenüber müssen eben die Umsätze des allgemeinen Sortiments, das sich mit den geringen im Preise stehenden Büchern befaßt, entsprechend niedriger sein. Daß ein Teil dieses Umsatzes wenigstens dem regulären Sortiment entgeht, ist zweifellos; dies schon dadurch, daß der Boden, den ein Reisender abgegrast hat,

für den örtlichen Buchhändler auf Jahre hinaus verdorrt ist. Ein Käufer, der vom Reisenden für 100—200 M Bücher auf Abzahlung gekauft hat, kann im allgemeinen bei seinem Buchhändler die ersten Jahre nichts oder nur auf Borg kaufen. Und darin liegt die Schädigung, die der Reisebuchhandel dem Sortiment zufügt. Denn es ist doch nicht erwiesen, sogar sehr unwahrscheinlich, daß der größte Teil derer, die beim Reisenden kaufen, als bisher buchhändlerisch jungfräulich angesehen werden müssen. Als noch der Kolporteur allein ein gewisses Feld bearbeitete, mag dies zutreffend gewesen sein, da er wesentlich die kleineren Leute bearbeitete, die sicher nur in der Minderzahl einer Buchhandlung ihre Besuche abstatteten; heute, wo der Reisende jeden Studenten, jeden Professor besucht, dürfte die Behauptung, die Kunden des Reisenden seien nie in einer Buchhandlung gewesen, wenig Glauben finden. Also die Kunden des Sortimenters werden wohl meist die Kunden des Reisenden sein, die vielleicht das Konversationslexikon, das Handwörterbuch der Staatswissenschaften, die Luegersche Enzyklopädie bei ihrem Sortimenter nicht gekauft hätten, wohl aber anderes, das sie nunmehr nicht kaufen — oder nicht bezahlen können. Ob die Anschaffung auf Teilzahlung wirtschaftlichen Vorteil für die Käufer hat, ist eine Frage, deren Beantwortung je nach der Sachlage verschieden sein kann. In sehr vielen Fällen wird die Frage verneint werden müssen, wie es doch stets bedenklich ist, wenn jemand seine Kaufkraft auf Jahre hinaus festlegt. Und der wirtschaftliche Vorteil für die Reisebuchhandlung: Sperling sagt (S. 18): »Aber — auch das muß ausgesprochen werden — diesen Umsätzen steht im Vergleich mit andern Berufen ein stets bescheiden zu nennender Gewinn gegenüber. Der dem Publikum eingeräumte Kredit, die Schaffung und Erhaltung eines Stamms tüchtiger Reisender, die diesen zu zahlenden Provisionen, welche 10, 15 bis 20 Prozent und mehr vom Ladenpreis betragen, erfordern trotz des üblichen längern Verleger-Kredits ein außergewöhnlich großes Betriebskapital u. s. w. Dazu sind Verluste selbst bei der größten Vorsicht nicht zu vermeiden . . .« — Und auch der Verlagsbuchhandel klagt, daß die Ansprüche übergroßer Kredite, die hohen Rabattansprüche, die der Reisebuchhandel stellt, kaum noch zu erfüllen seien, und daß die Gewinnquote, trotz der großen Umsätze, mehr als billig herabgedrückt werde. Also ein befriedigendes Bild bietet der Reisebuchhandel keineswegs; es fragt sich in der Tat, ob die ungewöhnlich hohen Betriebskosten, die er verursacht, nicht ein etwas zu hoher Preis sei für die Schädigung, die er dem Sortiment zufügt durch Lahmlegung der Kaufkraft seiner besten Kunden und der nationalen Wirtschaft durch die Verleitung weniger gefesteter Persönlichkeiten, auf dem Wege des Kredits kostspielige Bücher zu erwerben, zu deren Erwerb der Betreffende seiner wirtschaftlichen Lage nach gar nicht berechtigt erscheint. Daß dieses Urteil nicht zu hart ist, beweisen die großen Lager von Konversationslexiken und sonstigen vom Reisebuchhandel bevorzugten Werke, die jahraus, jahrein in den Berliner Leihhäusern sich ansammeln. Ein Konversationslexikon zum Neupreise zu verkaufen, gelingt den wenigsten Buchhandlungen, und sie sind ja auch stets in der Lage, ihre Kunden mit gänzlich ungebrauchten »antiquarischen« Exemplaren aus den Leihhäusern etwa zum halben Preise zu befriedigen. Ich meine, trotz der hohen Ziffern des Jahresumsatzes des deutschen Reisebuchhandels, den Sperling auf 30 bis 35 Millionen anschlügt, und der imponierenden Auflagen von 190 000 Exemplaren von Meyers großem Konversations-Lexikon, 36 800 von Meyers kleinem Konversations-Lexikon und 14 400 Exemplaren von Brehms Tierleben, große Ausgabe, die das Bibliographische Institut 1893 bis 1902 an Reisegeschäfte verkauft hat und die zusammen