

immer mehr Eingang in den Buchdruckereien finden und den Umsatz in Buch- und Zeitungsschriften sehr einschränken.

Die Kleinbetriebe haben auch auf diesem Gebiete mit immer größeren Schwierigkeiten zu kämpfen, weil die Kundschaft ihren Bedarf lieber bei großen Geschäften deckt, die leistungsfähiger sind und eine reichhaltigere Auswahl zu bieten vermögen.

Der Export hatte im Berichtsjahre mit manchen Schwierigkeiten zu kämpfen, da die in Kraft getretenen neuen Handelsverträge sehr ungünstig auf die Ausfuhr nach einzelnen Ländern eingewirkt haben. So wurde das Geschäft nach Rußland infolge der enormen Zollerhöhung nahezu unterbunden; nach Serbien, das für Erzeugnisse der Schriftgießerei den bisherigen Einfuhrzoll von 8 Frcs. auf 220 Frcs. per 100 kg erhöht hat, ist die Ausfuhr für die Zukunft unmöglich gemacht worden.

Österreich-Ungarn hat den Zoll auf Schriftgießerei-Erzeugnisse von 5 Gulden auf 10 Gulden per 100 kg erhöht. Da dieser Zoll in der Regel von dem deutschen Fabrikanten getragen wird, bedeutet er eine erhebliche Minderung des Verdienstes.

Die neuen Handelsverträge zeitigten auf der anderen Seite natürlich die vorübergehende Wirkung, daß mit vollen Kräften gearbeitet wurde, um die aus dem Auslande vorliegenden Aufträge noch vor dem Zeitpunkt über die Grenze zu schaffen, an dem die Verträge in Geltung kamen. Dieses dürfte in den meisten Fällen gelungen sein. Der Verkehr mit den überseeischen Ländern, besonders mit Argentinien, Brasilien und Mexiko, war sehr reger und übertraf wohl denjenigen des Jahres 1905.

Um den Absatz in den Ländern, die infolge der erhöhten Einfuhrzölle dem deutschen Export völlig oder nahezu ganz verschlossen sind, nicht zu verlieren, wurde von verschiedenen Seiten die Errichtung eigener Fabriken in diesen Ländern in Erwägung gezogen. Besonders galt dies von Rußland. Von einer Reihe von Firmen der Branche wurde angeregt, in Rußland selbst zu fabrizieren, sei es durch Fusionierung mit bereits bestehenden russischen Schriftgießereien, sei es durch Errichtung eigener Filialen. Sobald die dortigen Verhältnisse es gestatten, werden die erwähnten Absichten voraussichtlich zur Verwirklichung gelangen.

### Sortimenters Leiden und seine tieferen Ursachen.

In den vielen Erörterungen des bekannten Themas ist meist derselbe Grundgedanke für eine Besserung der Verhältnisse immer wieder zum Ausdruck gekommen: Mehr Rabatt für das Sortiment! Alles Heil wurde in diesem Mehrerabatt erblickt; es scheint mir aber sehr zweifelhaft, ob von der Rabattfrage aus die Verhältnisse überhaupt wirklich gebessert werden können. Früher hatte das Sortiment nicht so wie jetzt zu klagen, und doch wurde früher ein viel geringerer Verlegerrabatt gewährt als heute, wo manche Verleger bis zu 60 Prozent geben, wo bei schon geringem Absatz 50 Prozent gewährt werden, usw. Der Verlegerrabatt ist gegen früher schon ganz bedeutend gestiegen, und wenn trotzdem die Existenzbedingungen des Sortiments schlechter geworden sind, so geht schon daraus hervor, daß ein noch höherer Rabatt, als er heute schon meistens gewährt wird, eine dauernde Besserung der Verhältnisse nicht herbeizuführen vermag. Bei recht vielen Verlegern ist es ja überdies noch eine offene Frage, ob sie einen höheren Rabatt überhaupt geben können. Es gibt z. B. eine große Anzahl von Serienunternehmungen, für die der einheitliche Preis zu einer Zeit festgesetzt wurde, als einerseits die Herstellungskosten zirka 20—25 Prozent geringer waren als heute und andererseits der Vertrieb (darunter ist auch der Rabatt an das Sortiment zu verstehen) sich weniger kostspielig gestaltete, als dies gegenwärtig der Fall ist.

Man sieht daraus schon: nicht nur beim Sortiment, sondern auch beim Verlag hat sich die wirtschaftliche Lage verschlechtert. Die Produktionskosten und die Vertriebskosten des Verlags haben sich fortgesetzt verteuert, die Ladenpreise aber sind selbst unter diesen ungünstigen Bedingungen nicht nur gleich geblieben, sie sind sogar allgemein

sehr zurückgegangen. Vor 20 Jahren gab es noch nicht diese große Anzahl billiger Bücher wie heute! Mit andern Worten: Der Verleger arbeitet mit größerem Risiko und geringerem Nutzen als früher, wogegen der Sortimenter prozentual an seinen verkauften Büchern mehr verdient als früher. Freilich nur prozentual, weil eben die Bücherpreise sehr niedrig geworden sind. Daneben sind auch für den Sortimenter natürlich die Unkosten gestiegen, und ferner hat sich innerhalb des Sortiments selbst eine gegen früher viel lebhaftere Konkurrenz gebildet. Der Grund für diese unbefriedigenden Zustände liegt, wenn man tiefer dringt, hauptsächlich in der unverständigen Überproduktion, die den Verleger und den Sortimenter gleichermaßen schädigt. Ja, auch den Sortimenter! Das Sortiment verdankt der scharfen Verlegerkonkurrenz, die in dieser Überproduktion ihre Ursache hat, zwar die gesteigerten Rabatte, aber auch die gedrückten Ladenpreise und die eigene Sortimenterkonkurrenz. Die Überproduktion führt zu unsern schlechten Marktverhältnissen und kommt nur dem kaufenden Publikum zu gute, statt daß Sortiment und Verlag gemeinsam etwas mehr verdienen. Die Überproduktion mit ihrem heftigen Konkurrenzkampf hat ferner den Verleger gezwungen, dem Sortiment Konkurrenten zu schaffen: die Warenhäuser zum Beispiel und die maßlos ausgedehnte Kommissionswirtschaft, die es jedem ermöglicht, mit einem Minimum von eigenem Kapital eine Sortimentsbuchhandlung zu eröffnen. Eine viel zu große Anzahl Sortimentshandlungen sind Zwergexistenzen, die fast ausschließlich mit fremdem Kapital, nämlich dem Kommissionsgut der Verleger, wirtschaften, infolgedessen für sich nicht genügend verdienen können und den vorher schon dagewesenen Sortimentern ihren bisher genügenden Gewinn schmälern.

An der Überproduktion ist aber das Sortiment als Ganzes mit schuld. Wie sehr auch ein Teil der Verleger sich in der Produktion einschränken mag, ein anderer Teil wird durch sein übertriebenes Drauflosverlegen dennoch das Gesamtbild der Überproduktion herbeiführen. Es tauchen ja immer neue Firmen auf, die sich meist als völlig unpersönliche und entbehrliche Literaturfabriken entpuppen, die sich aber nur dadurch halten können, daß ein Teil des Sortiments sich für ihre Verlagsartikel verwendet. Das Sortiment aber sollte die Gefahr der Überproduktion erkennen und sie nicht unterstützen, indem es seine Kräfte für das Überflüssige, Vielzuviele, das ein Teil des Verlags auf den Markt wirft, einsetzt. (Jeder Verleger, der für seinen Teil in der Produktion Maß hält und alles Halbwertige ablehnt, wird bestätigen, daß all das schlechte Zeug, das er den Autoren heimschickt, meist doch einen Verleger findet.) Insbesondere sollte das Sortiment damit anfangen, alle die plumpen Nachahmungen von schon Vorhandenem völlig zu ignorieren. Nur wenn das wirtschaftlich besonnene und zielbewusste Sortiment durch eine weise Beschränkung seiner Tätigkeit der Überproduktion entgegentritt und in erster Linie mit solchen Verlegern arbeitet, die den Markt nicht mit Überflüssigem überschwemmen, wird es möglich sein, die schlechten wirtschaftlichen Zustände beim Sortiment und Verlag einer bessern Zukunft entgegenzuführen. Verlag und Sortiment sind zu sehr eins, als daß eine Erkrankung der wirtschaftlichen Verhältnisse des Verlags nicht auch sofort diejenigen des Sortiments in einen ungesunden Zustand brächte. Das Sortiment möge nur einmal bedenken, wie viele Hunderttausende die Verleger unproduktiv ausgeben, nur um durch die Reklame die Konkurrenz bestehen zu können, oft genug leider eine Schmutzkonkurrenz niedrigster Art, die ein gewisser Teil des Sortiments unterstützt.

Wie produktiv dagegen könnten diese Hunderttausende zu einer fruchtbaren Reklame verwendet werden — zum