

Klassen-System dagegen kann sich der Verleger im Laufe der Jahre einen Stamm von mehreren hundert Abonnenten heranziehen; er kann mit der absoluten Sicherheit rechnen, daß von jedem neuen Werk, das er bringt, es mag sein was es will, eine Partie von mehreren hundert Exemplaren schon zum voraus gedeckt ist, und wird in vielen Fällen seine Kalkulation darauf gründen können. Allerdings ist Voraussetzung, daß durchaus nichts von diesen Werken remittiert wird; denn sonst hätte die Rechnung ein Loch, und die Kalkulation könnte nicht stimmen. — Eine vierte Klasse D endlich umfaßt Werke, die sich nur an einen beschränkten Abnehmerkreis wenden, und solche, die mit höchstens 33 Prozent geliefert werden können; Subskriptionen auf diese Klasse werden nicht angenommen. Der Schwerpunkt dieser Einrichtung liegt nun aber weniger darin, den Sortimenten zur Subskription auf ein bis drei Werke zu bewegen, die er allerdings mit 40 bis 50 Prozent erhält, von denen ihm aber sicher ein Teil unverkäuflich liegen bleibt, als auf einem ganz andern Gebiete: der subscribierende Sortimenter hat nämlich das Recht, jede in diesem Verlage erscheinende Novität der Klassen A, B und C einmal in beliebiger Höhe zu beziehen, und erhält sie, in Kommission und fest mit einem Rabatt von 40 Prozent. Außerdem werden seine Nachbestellungen bei einzelnen Exemplaren durchweg mit 33 Prozent rabattiert, und bei Lagerergänzungen von wenigstens 50 verschiedenen Werken, einerlei welcher Klasse und welchen Preises — und diese Anzahl ist bei einem großen Pariser Verlagshause bald beisammen —, erhält er wieder 40 Prozent. Bei Ausnutzung aller Vorteile und bei sorgfältiger Führung des Bestell- und Lagerbuches kann der subscribierende Sortimenter den recht umfangreichen Verlag der betreffenden Firma ziemlich ausnahmslos mit 40 Prozent beziehen. Das ist ein schöner Rabatt, für den der Sortimenter sich gern verwendet und bei dem er auch einige unverkäufliche Exemplare, die ihm von den Subskriptionsbezügen unzweifelhaft liegen bleiben, leicht verschmerzen kann. Bei diesem System stehen sich beide Parteien gut: der Sortimenter, der zu einem verhältnismäßig geringen Risiko bereit ist, wird durch einen hohen Rabatt dafür entschädigt und durch einen fast ebenso hohen Rabatt, — diesmal aber ohne Risiko, da ja auch die Kommissionsbezüge mit 40 Prozent geliefert werden, — zu weiterer und dauernder Verwendung angehalten. Auch der Verleger muß dabei auf seine Rechnung kommen, denn sonst würde er diese Bedingungen nicht anbieten. Allerdings muß er die subscribierten Exemplare mit 40—50 Prozent Rabatt liefern und für dieselben Werke bei einmaligem Bezuge, aber in beliebiger Höhe und für größere Lagerergänzungen nochmals 40 Prozent gewähren. Das ist viel; aber dafür kann er mit der Sicherheit rechnen, daß jedes neue Werk, das er bringt, schon zum voraus in mehreren hundert Exemplaren als abgesetzt zu betrachten ist, und das trägt viel dazu bei, um einen etwaigen verlegerischen Mißerfolg bedeutend zu mildern. Vor allem erzieht sich der Verleger seine Kollegen vom Sortiment zu einer energischen Mitarbeit; er weiß, daß er sich auf seine Subskribenten verlassen kann, und es hat den Anschein, als ob das selbst mit einem Opfer von 40 Prozent nicht zu teuer bezahlt ist. — Diejenigen Firmen, die nicht subscribieren, werden dagegen recht stiefmütterlich behandelt. Während die subscribierenden so reich bedacht werden, müssen sich die andern für alles mit 25 Prozent und 13,12, allerdings beliebig gemischten Bänden, aber in gleicher Preislage, begnügen. Dieser Unterschied ist recht groß, und die 40 Prozent stehen denn auch den nichtsubscribierenden Sortimentern so sehr in die Augen, daß ihnen das verhältnismäßig geringe Risiko, das ihnen zugemutet wird, doch wohl lieber

ist als die magern 25 Prozent; denn die Subskriptionen nehmen zu. — In Frankreich hat sich, wie gesagt, dieses Klassensystem vorzüglich bewährt; vielleicht entschließt sich auch das eine oder andre von den großen deutschen Verlagshäusern zu einem Versuch in dieser Richtung. — Auf den ausländischen Buchhandel lassen sich diese Bedingungen leider nicht anwenden, hauptsächlich deshalb, weil dem ausländischen Sortimenten zu viele von den subscribierten Werken, die häufig nur ein speziell französisches oder gar lokales Interesse haben, liegen bleiben würden. Das macht im Laufe der Zeit einen ganz schönen Posten aus; der Sortimenter würde doch versuchen, ihn zu remittieren, und daraus würden sich nur Unzuträglichkeiten für beide Teile ergeben.

Viele Verleger machen es auch so, daß sie sowohl in Kommission wie fest ohne Unterschied mit einheitlichem Rabatt liefern, im allgemeinen keine Disponenden gestatten, dafür aber Remittenden in einem gewissen Umfang, häufig 10, aber auch bis zu 20 Prozent vom Saldo annehmen. Auch dieses System hat viel für sich und wäre jedenfalls der Gipfel einer einfachen Abrechnung. Der verhältnismäßig niedrige Satz von 10—20 Prozent, der remissionsberechtigt sein soll, mag dem deutschen Buchhändler befremdlich erscheinen; dabei ist aber zu berücksichtigen, daß in Frankreich ein Barverkehr unbekannt ist. Kommissions- und feste Bezüge, von denen die letztern weitaus den größeren Betrag ausmachen, werden auf ein und dasselbe Konto gebucht, und von dem sich dann ergebenden Gesamtsaldo dürfen 10-20 Prozent remittiert werden. — Diesen Usus, nur einen gewissen Prozentsatz von Remittenden anzunehmen, finden wir nicht nur bei Büchern, sondern auch bei Zeitschriften. So z. B. nimmt die Firma Pierre Lafitte & Cie. von ihrer bekannten Monatschrift »Je sais tout« Remittenden nur in einem Umfange von 5 Prozent zurück und geht darin sehr streng vor. Eigentlich sollten Remittenden von Zeitschriften überhaupt nicht vorkommen; aber demgegenüber ist zu bemerken, daß die Firma Lafitte bei allen ihren sechs Publikationen das Hauptgewicht merkwürdigerweise weniger auf einen festen Stamm von Abonnenten legt als auf den Einzelverkauf der Nummern. In meinem Aufsatz über die »Exposition du Livre« (vgl. Börsenblatt Nr. 215 v. 14. September 1907) gab ich die Auflage der Monatschrift »Je sais tout« auf 200 000 Exemplare an. Inzwischen hat nun die Firma Lafitte einen diese Zeitschrift betreffenden Prospekt herausgegeben, der hauptsächlich für die Gewinnung von Inserenten bestimmt zu sein scheint, und da er öffentlich an jedermann verteilt wird, so glaube ich keine Indiskretion zu begehen, wenn ich einiges aus dem Inhalt dieses Prospekts mitteile, der einen interessanten Einblick in den Vertrieb einer großen französischen Zeitschrift gewährt.

Hier gibt Herr Lafitte selbst die Auflagenziffer seiner Monatschrift »Je sais tout« mit 215 000 Exemplaren an; davon seien nur 32 000 feste Abonnenten, alles übrige würde im Einzelverkauf vertrieben, und hiervon seien also Remittenden bis höchstens 5 Prozent zulässig. Um seine Angaben zu erhärten, hat Herr Lafitte seine hauptsächlichsten Abnehmer ersucht, ihm die Höhe ihrer Kontinuation brieflich zu bestätigen, und hat diese Briefe auf photographischem Wege im Prospekt wiedergegeben. Dort finden wir nun Kontinuationen in riesiger Höhe: eine Firma in Toulouse ist mit 6800 Exemplaren, eine andere in Brüssel mit 10 200 Exemplaren vertreten; das Petit Journal, das außer dem Verlag seiner eignen Tageszeitung auch noch eine Zeitungsagentur betreibt, bezieht 14 660 Exemplare, ein sehr bekanntes Pariser Kommissionshaus 13 500, die durchweg ins Ausland gehen, ganz abgesehen von andern Firmen, die einen Absatz von 9000, 6200, 3700 Exemplaren angeben. Allerdings handelt es sich hier nicht um reine