

eben das im Nachsatz von ihm Angezogene ist von hervorragender Bedeutung.

Zur ersten Frage hätte ich zu bemerken:

- a) Als Bücherhändler wird der Sortimentler nach wie vor von dem Publikum in Anspruch genommen werden, wenn es Bedarf hat; der Verleger aber kann auf diese Bücherhändler nicht rechnen, ihm sind sie Ballast.
- b) Als Buchhändler ist der Sortimentler der gesuchte, notwendige und geschätzte Vermittler zwischen Verlag und Publikum, und er ist beiden unentbehrlich.

Ich muß dies begründen. Sehen wir uns daher einmal die Sortimente der Provinz näher an. Sehen Sie mit an Ort und Stelle, orientieren Sie sich in verschiedenen Plätzen nach den Leistungen der Buchhandlungen; versuchen Sie, den Aufschwung und den Niedergang eines Geschäfts zu ergründen. Dann nehmen Sie die Auslieferungsliste des Verlegervereins und vergleichen Sie Ihre Resultate mit den Notizen der Liste. In den meisten Fällen werden Sie überraschende Übereinstimmung finden.

Ganz natürlich. Ein tüchtiger Sortimentler erzielt einen genügenden Umsatz (vielleicht infolge Spezialisierung seines Sortiments, des siegreichen Feindes der Zersplitterung); der tüchtige Buchhändler weiß sein Publikum zu nehmen und sein Sortiment danach einzurichten; dadurch, daß er den Wünschen des Publikums Rechnung trägt, erringt er die Gunst seiner Kunden und damit sein Ansehen. Die Bücherkäufer kaufen doch nur dort gerne, wo sie ein wenigstens angemessen ausgewähltes Bücherlager finden und vom Buchhändler mit Sachkenntnis und wenigen Worten einiges über Bücher hören, wenn auch nur nach seiner Auffassung oder nach Kritiken; aber das genügt ja. (Über wissenschaftliche Werke wird vom Buchhändler wohl höchst selten eine Empfehlung bezw. Kritik verlangt.)

Ein so beschlagener Konkurrent ist natürlich das Unangenehmste für den, wenn auch fleißigen, so doch weniger praktischen Kollegen. Dem strebsamen steht eben meistens ein tüchtigerer Mann gegenüber. Daß alle Kollegen tüchtig bezw. gleich tüchtig wären, wollen wir doch nicht behaupten. Mancher mag kurz-sichtiger, ängstlicher sein, manchem fehlt's am Betriebskapital, der andere ist zu nervös, wieder ein anderer unzufrieden und neidisch; auch verschrobene Köpfe sind da. Das Resultat ist bei allen ziemlich gleich: Geringer Umsatz, kein Verdienst. — Vergleiche Verlegerliste.

Zwei, auch drei Kollegen der ersten Qualität bringen es (an einem Plage) zu guten Einnahmen, während es Orte gibt, in denen nicht ein gutes Sortiment in obigem Sinne vorhanden ist. Hieraus mag sich unter Umständen der hohe Prozentsatz des Bezuges von außerhalb erklären.

Auch als Antwort auf die Frage des Herrn B. Staar trifft zu, daß heute die Tages-, bzw. Fachzeitungen Bücherneuheiten viel schneller und übersichtlicher den Bücherinteressenten unterbreiten als der Buchhändler und sie daher diesen teilweise ersetzen. Die Zeitung dient insolgedessen heute dem Verleger in gewissem Sinne mehr als der Sortimentsbuchhändler, vom Bücherhändler ganz zu schweigen; an letzteren kann ein Verleger kein Interesse haben. Wer dies nicht versteht, dem ist nicht zu helfen.

Was nützt das Klagen! Was hilft ein hoher Rabatt, wenn er nie in Anwendung kommt; was helfen die augenblicklich guten Aussichten, wenn man den Zeitgeist nicht praktisch erfaßt und ihn sich nicht zunutze macht! Ich verlange nur Gelegenheiten; den höheren Rabatt und angenehme Bedingungen verschaffe ich mir schon, denn ich habe ja eine starke Waffe in der Hand: mein Sortiment!

Oben erwähnte ich »Mangel an Betriebskapital«. Ja, das Geld gehört nun einmal zu jedem Geschäft, auch zum Buchhandel. Man soll nicht glauben, wenn man ein Sortiment erworben und bezahlt hat, dies genüge, alles andere käme von selbst. Es muß immer so viel Geld da sein, um den Kommissionär reichlich zu versorgen; dieser Schild muß glänzen. Geld muß da sein, um günstige Angebote akzeptieren zu können, Vorzugs- und Partieangebote gangbarer Bücher müssen benutzt werden, um nicht aus Geldmangel die Exemplare nachher einzeln beziehen zu müssen. Hören Sie alle Reisenden an; vielleicht können Sie manches Angebot verwenden (vielfach werden die Herren Reisenden von den Sortimentern recht unfreundlich abgefertigt). Geldnot darf nicht eintreten; wer sie nicht abwenden kann, soll seine Finger vom Sortiment lassen.

»Wenn man ein Sortiment erworben und bezahlt hat«, sagte ich eben. Ein wunder Punkt. Im allgemeinen werden Buchhandlungen zu teuer erstanden. Wie viele Kollegen glauben, günstig gekauft zu haben, während das Gegenteil zutrifft! Wie kommt dies? 1. weil bei Kaufabschlüssen mangels geordneter Buchführung meistens jede positive Unterlage fehlt und dann alles schätzungsweise, auf Treu und Glauben des Vorbesizers angenommen wird; 2. weil der so Kaufende stets optimistisch, d. i. zu seinen Ungunsten rechnet. Ich hatte Gelegenheit, einen Kollegen bei Erwerbung eines Sortiments mit Rat zu unterstützen. 20 Offerten lagen vor, alles gute Namen, teils hohe Umsätze; aber weder eine Bilanz, noch sonst bestimmte Unterlagen auf Grund einer Buchhaltung bei allen diesen Angeboten; das ist doch ein trauriges Zeugnis.

Mit dem schlechten Kauf und mit Mangel an Betriebskapital aber beginnen die schlimmen Zeiten für den Anfänger. Er kann nichts wagen, nichts gewinnen. Diese ungesunden Geschäfte, sowie die Zwergbetriebe müssen zunächst verschwinden; erst dann kann man von einer Gesundung des Sortiments sprechen.

Ich sagte, »mein Sortiment sei meine Waffe« und so weiter. Ich will auch dies nachweisen. Vor allem habe ich mein Sortiment zeitgemäß spezialisiert, d. h. ich vertreibe nur, was anständigen Nutzen einbringt. Dem Charakter der Stadt entsprechend pflege ich die Jurisprudenz. Mit den meisten Verlegern dieser Richtung arbeite ich Hand in Hand, beanspruche Vorzugsbedingungen, bezw. »Rechte«. Wer's nicht tut, hat den Schaden; es gibt ja genug Ertrag.

Der Sortimentler hat es heute in der Hand, nach seinem Ermessen zu verkaufen. Ist ein Verleger ungeschicklich, wird dieser den Kunden immer und immer als solcher genannt. Meine Kunden kennen so ziemlich alle diese Verleger.

Weiter sind hier höhere Schulen. Also muß ich ganz besonders für die Herren Professoren und Oberlehrer sorgen. Bei Schulbüchern bin ich vorsichtig. Davon sind Schulleiter und Lehrer unterrichtet. Kann ich mit den Verlegern, mit denen ich viel zu tun habe, keine Abmachung wegen Rücknahme kleiner Reste treffen, so wird nur das unbedingt Notwendige bestellt; ich lasse lieber die Kinder zum Kollegen laufen, ehe ich, aus Angst, 25 % oder 50 % weniger verdient zu haben, mir für 100 \mathcal{M} Bücher veralten lasse.

Varia, Jugendschriften, Geschenkliteratur kaufe ich nur gegen Bar. Wer auf diese Bücher mit Ladenpreis nicht glatt 50 Prozent Rabatt gewährt, macht mit mir keine Geschäfte. Auf Varia und Bücher von den Großantiquaren schlage ich 100 bis 150 Prozent auf, ab und zu genügen auch 75 Prozent, um mal billig zu sein. Jugendschriften mit 40 Prozent Rabatt stelle ich in das Remittendenfach.

Und Zeitschriften, über die soviel geschrieben wird? Es ist eines Buchhändlers unwürdig, etwa Abonnenten auf Modenzeitschriften zc., die nichts, eventuell noch 25 % Verdienst abwerfen, nachzulaufen. Dagegen arbeite ich auf Zeitschriften mit höheren Abonnementspreisen; da bleibt wenigstens etwas übrig, und diese Verleger erweisen sich dankbar durch mancherlei Entgegenkommen.

Entgegenkommen! Wie häufig hat sich der Sortimentler dieses selbst durch seine Kurzsichtigkeit verschert! Wie man's treibt, so geht's, Differenzen lassen sich nicht vermeiden, aber auf gefälligem Wege erledigen. Bieten Sie die Hand; wird sie abgeschlagen, gut, dann handeln Sie danach. Wir haben im Buchhandel ja einen vorzüglichen Differenzenbazillusherd, es ist die alljährliche Ostermesse, eine unverständlich umständliche Art der Abrechnung. Die Ostermesse mit ihren Arbeiten verbittert dem Sortimentler das Leben, ich glaube, auch oft dem Verleger. Hier muß einmal der alte Pops etwas beschnitten werden.

Die zweite Frage des Herrn B. Staar ist zum größten Teil in Vorstehendem beantwortet. Wer sie sich aber genau beantworten will, nehme seine Buchführung vor, rechne aus, welchen Bruttogewinn er hat, welche Unkosten. Dann frage er sich, wieviel besser er stehen würde, wenn er bei dem Bruchteil seines Absatzes, der bisher mit 25 Prozent rabattiert wird, jetzt 30 Prozent erhält; ergiebt aber dann die Rabatterhöhung nicht soviel Mehrgewinn, wie er erhoffte, dann soll er auf nichts mehr warten, sondern sein Geschäft recht bald aufgeben.

Hamm (Westf.), den 28. August 1908.

Dabelow.