

Nichtamtlicher Teil.

Die Forderungen des Sortimenters und der Verlag.

(Vgl. 1908 Nr. 286, 292, 295, 301, 302 d. Bl.)

Der Vorstand des Verbandes der Kreis- und Orts-Vereine im deutschen Buchhandel versandte das folgende Rundschreiben Nr. 28 zur Erwidern auf die Erklärung einer Reihe von Verlegern in Nr. 302 d. Bl. vom 30. Dezember 1908:

Hamburg, am Neujahrstage 1909.

An die
Vorstände der Kreis- und Orts-Vereine
im Deutschen Buchhandel.

Geehrte Herren Kollegen!

Der Jahresluß hat im Börsenblatt Nr. 302 vom 30. Dezember 1908 die Kundgebung einer Gruppe von Verlagfirmen gebracht, zu der wir nicht schweigen dürfen, weil sie u. E. mittelbar durch unser Anschreiben vom 2. September v. J., unmittelbar durch die dazu abgegebenen Erklärungen von Kreis- und Ortsvereinen hervorgerufen ist, bei denen bekanntlich der Schweizerische Buchhändlerverein mit seinem bedeutsamen Wort »wir hätten getan, was die Lage erheischenden Vortritt genommen hatte. Die angezogene Gruppe von Verlagfirmen hat in einstimmiger Beschlußfassung sich über Grundsätze verständigt, von denen Nr. 1 und 2 lauten:

»Die Existenz eines leistungsfähigen Sortimentersbuchhandels liegt im Interesse des wissenschaftlichen Verlags«.

»Diese kann durch eine allgemeine Rabatterhöhung nicht gewährleistet werden«.

Einen logischen Zusammenhang dieser beiden Grundsätze haben wir nicht herausfinden können, und da die beschlußfassenden Herren es auch unterlassen haben, den logischen Zusammenhang nachzuweisen, müssen wir die Sätze in ihrem klaffenden Widerspruch gegeneinander stehen lassen. Wenn es im zweiten Satze wenigstens hieße »durch eine allgemeine Rabatterhöhung allein nicht gewährleistet werden«, dann würde sich ein gewisser Sinn ergeben. So aber erscheint uns die Zusammenkoppelung widerspruchsvoll.

In dem dritten Grundsatz wird mit den Worten »es kann daher auch keiner buchhändlerischen Gemeinschaft die Befugnis zuerkannt werden, durch Mehrheitsbeschlüsse für den einzelnen Verleger verbindliche Rabattnormen aufzustellen« die sogenannte offene Tür eingerannt. Wann und wo und von wem ist in dieser Bewegung auch nur einmal andeutungsweise das Verlangen eines solchen Mehrheitsbeschlusses gemacht worden? Soll die Hervorkehrung dieses Schreckgespenstes vielleicht nur die Dürftigkeit des Vorderatzes: »Die Festimmung des Sortimenterrabatts steht allein bei dem von kaufmännischen Erwägungen abhängenden Verleger« verdecken? Diesem Vorderatz fehlt nämlich unbedingt ein Nachsatz etwa folgenden Inhaltes: »doch muß der Rabatt so bemessen sein, daß er die Existenz eines leistungsfähigen Sortimentersbuchhandels (Grundsatz 1) ermöglicht«.

Es ist erwiesen, daß gerade der Rabatt bei wissenschaftlichen Büchern dem Sortimenter keinen Gewinn bringt. Die Betriebskosten eines Sortiments beziffern sich im allgemeinen auf 15 bis 20% vom Umsatz. Der Vertrieb wissenschaftlicher Bücher mit Ansichtsversendungen und der Remission von reichlich vielen wissenschaftlichen Büchern — wer kann als Sortimenter vorher deren Wert oder Unwert erkennen? — geht pro rata über diesen

Prozentsatz hinaus. Dazu kommt noch, daß ganz besonders bei wissenschaftlichen Büchern vielfach noch ein Rabatt von 5 bis 7½% gegeben werden muß. Es bleibt also bei dem Vertriebe wissenschaftlicher Bücher — diese Tatsache muß der fraglichen Verlegergruppe bekannt sein — dem Sortimenter kein Gewinn. Trotzdem sprechen die Herren feierlich den Grundsatz aus, daß zurzeit im allgemeinen für wissenschaftliche Literatur ein höherer Rabatt als 25 Prozent nicht »angesprochen« werden kann. Natürlich fehlt auch hier jegliche Begründung. Wir fragen aber: Warum wird eine Erhöhung der Ladenpreise um 5 Prozent nicht in Vorschlag gebracht? Die Absatzfähigkeit eines Buches wird, wenn der Preis sonst normal ist, nicht dadurch beeinträchtigt, daß es z. B. statt M 7.50 M 8.— kostet. In Beurteilung dieser Frage sind wir ebenso kompetent als die in Leipzig am 17. Dezember v. J. versammelt gewesenen Verleger. Und ferner die Frage: Warum hat eine Anzahl von Verlegern wissenschaftlicher Literatur — einer davon hat merkwürdigerweise die »Grundsätze« mitunterzeichnet — die Rabatterhöhung auf 30 Prozent schon einführen können? Dabei drängt sich auch die Erinnerung auf, daß der Verlagbuchhandel die von den Buchdruckereien vor etwa Jahresfrist eingeführte bedeutende Preiserhöhung stillschweigend auf sich genommen hat. Mindestens ebenso gute Gründe stützen das Begehren des Sortimentersbuchhandels nach Erhöhung des Rabatts von 25 Prozent auf 30 Prozent. Aber dem Sortimentersbuchhandel gegenüber fühlt man sich souverän. Das Wort steht zwar nicht in der Kundgebung vom 17. Dezember, aber es ist mündlich und brieflich mehrfach angewandt, und der Geist der Kundgebung atmet ganz das souveräne Gefühl.

Wie nun, wenn der Sortimentersbuchhandel sich auch »allein von kaufmännischen Erwägungen« leiten lassen wollte. Dann würde er den Neuigkeitenvertrieb wissenschaftlicher Bücher, als gewinnlos bleibend, wesentlich einschränken oder ganz aufgeben. Es wird ohnehin immer schwerer, das Publikum noch zur Annahme von Ansichtsversendungen zu bewegen. Namentlich in den Herbstmonaten, wenn die Hochflut der Neuigkeiten einsetzt, verbitten sich viele Bücherkäufer ernstlich Ansichtsversendungen, weil sie von der Masse nicht erdrückt werden wollen. Wieviel unnütze Fracht her und hin muß für die wissenschaftlichen Neuigkeiten aufgewandt werden? Wir reden einer Einstellung des Neuigkeitenvertriebes gewiß nicht das Wort, weil wir überzeugt sind, daß der Buchhandel nicht rein kaufmännisch betrieben werden soll. Wenn aber der wissenschaftliche Verlagbuchhandel in seiner Ablehnung beharrt und dies in so schroffer Form ausspricht wie in der fraglichen Kundgebung, dann werden die gedachten Folgen mit zwingender Notwendigkeit sich von selbst einstellen.

Früher wurde der Absatz des Sortimenters viel mehr von dem Vertriebe wissenschaftlicher Literatur und Schulbücher bedingt als heute. Dieser konnte bei wesentlich billigeren Arbeits- und Lebensbedingungen dabei auch bestehen. Vor einigen Jahrzehnten wurden Romane kaum gekauft; die Kalkulationen der Verleger basierten auf dem Bedarf der Leihbibliotheken. Heute ist der Absatz von Romanen, Klassikern, Geschenkliteratur, der vielen »Sammlungen« usw. ganz bedeutend. Betont nun der Verlagbuchhandel einseitig seine kaufmännischen Erwägungen, so könnte man es dem Sortimentersbuchhandel wirklich nicht verargen, wenn er seinerseits sich auch nur von kaufmännischen Erwägungen leiten lassen würde. Doch, wie gesagt, wir müßten diese,