

gestellt werden. Dem Verleger blieb nichts weiter übrig, als die durch die Geschlossenheit des Buchdruckergerwerbes bestimmte Preiserhöhung zu zahlen und von seinem bisherigen Nutzen einen wesentlichen Teil zu streichen.

Dieses sind die vornehmsten Schwierigkeiten, die dem Verleger bei der Kalkulation entstanden sind, da sie durch keine Mittel zu umgehen sein werden.

Im weiteren finden wir erhöhte Schwierigkeiten für den Verlag auch bei dem Kapitel »flüssige Gelder«.

Wir haben ja zurzeit billiges Geld. Dieser Zustand ist aber seit mehreren Jahren nicht dagewesen, und wenn er daher freudig begrüßt wird, so bringt er andererseits doch die weitere Erscheinung mit sich, daß wir unter einer wirtschaftlichen Depression leiden. Die vergangenen Jahre der Hochkonjunktur hatten aber, wie Ihnen allen bekannt ist, einen derartig hohen Zinsfuß, daß jeden Kaufmann, der genötigt war, mit dem Bankier zu arbeiten, ein Grauen beschleichen mußte, wenn er die Zinsberechnung auf dem Kontokorrent betrachtete. Ich glaube, es bedarf keines Beweises, wenn ich diese Geldteuerungen von den Zweigen unseres Buchhandels, vornehmlich nur für den Verlag, als Schwierigkeit zu betrachten habe. Der Verlag ist im allgemeinen genötigt ein größeres Anlagekapital in seinen Betrieb hineinzustecken, und wird daher aus verschiedenen Gründen die geschäftliche Verbindung mit dem Bankier suchen, nicht etwa nur, um denselben als Sparkassenfreund zu benutzen, sondern als Herleiher von Barmitteln.

Dieses Kapitel »Betriebskapital« würde nicht vollständig sein, wiese ich nicht auf das in den letzten Jahrzehnten eingeführte Drei-Monats-Ziel hin. Es ist ja selbst über unsere Fachkreise hinaus bekannt gewesen, daß die frühere allgemein übliche Regulierung — von Ausnahmen natürlich abgesehen — zwischen Druckern und Verlegern auf der jeweiligen Ostermesse stattfand. Diese Abrechnungsform bot für den Verleger die große Annehmlichkeit seine Betriebsmittel während des Jahres frei zu haben. Auch hierin hat die wirtschaftliche Umwälzung der letzten Jahrzehnte einen großen Umschwung hervorgerufen. Bei der ständigen Erweiterung der Buchdruckereibetriebe bedangen die wöchentlichen Auszahlungen immer höhere Barmittel, dem der Buchdrucker zunächst durch Einholung von à conto-Zahlungen zu begegnen suchte. Die naturgemäß auf solche Geldvorlagen gewährten Zinsvorteile, wie die Beobachtung des im übrigen Handel stark begehrten Drei-Monats-Akzeptes führten dann nach und nach auch dazu, die alte Regulierungsform zur Ostermesse fallen zu lassen und den modernen Wechsel zur Zahlung zu benutzen. Zweifels- ohne besteht auch heute noch ein starker Geldumschlag nach der Ostermesse, er kann aber die Vorteile des Drei-Monats-Zieles, welches für den Verleger billigere Herstellungspreise mit sich brachte, nicht wett machen. Als Vorteil ist dasselbe natürlich nur für die Bestimmung eines möglichst niedrigen Verkaufspreises des Buches oder der Zeitschrift anzusehen. Der Nachteil besteht dagegen in der Beschränkung der Betriebsmittel und der durchweg höheren Bankzinsen.

Um so mehr muß schließlich diese Situation als erschwerendes Moment in Betracht gezogen werden, als der Abrechnungsmodus zwischen Verlag und Sortiment bei weitem nicht so durchgreifenden kurzfristigen Änderungen unterworfen gewesen ist. Bei diesem muß auch heute noch der Ostermeszeitpunkt oder das Viertejahr vor demselben als der eigentliche Zahlungstermin angesprochen werden. Wesentliche Abweichung zeigt nur das Zeitschriftengeschäft und der Verkehr mit den Barsortimenten. Der mehr und mehr auftretende Barverkehr mit den Verlegern bringt diesen allerdings einen Teil der Einnahmen früher, er verbindet damit im allgemeinen aber auch eine höhere Rabattgabe. Seine Berechtigung suche ich im übrigen aber nicht nur

in dieser allein, sondern auch in der Erscheinung, daß ein großer Teil der im Sortiment fest bestellten Werke diesem eine sofortige oder kurzfristige Zahlung bringt. Trotz dieser eingetretenen Vorzüge für den Verlag bei dem Zahlungsgeschäft bleibt der große Unterschied für seine Kreditentnahme und Kreditabgabe bestehen.

Man hat den direkten Vertrieb des Verlages, wie ich schon sagte, als eine schwere Schädigung des Sortimentes bezeichnet, dabei ist man in Sortimenterkreisen vielfach mit der Behauptung aufgetreten, daß die Nachfrage vornehmlich durch die Bemühungen der Sortimenter erzielt würden. Solches ist in bestimmten Grenzen gewiß einwandfrei, man sollte aber nicht unterschätzen, daß die Reklame der Verleger von ganz bedeutendem Einfluß für den Umsatz der Sortimenter geworden ist. Fragen Sie den Verleger nicht, nein, sehen Sie sich selbst in den Zeitschriften und Zeitungen die Bücherinserate an, fahnden Sie auf die in ihren Kundenkreisen verbreiteten, direkten Prospekte und multiplizieren Sie dann Ihre Beobachtungen mit einer Ziffer, die einer annähernden Zahl ihrer Spezialkollegen in Deutschland nahekommt, so müssen Sie erkennen, welche kolossale Summen der Verlag in neuerer Zeit für sogenannte direkte Reklame auswirft. Ich schließe bei diesem Exempel die Bekanntmachungen, welche in unseren Fachblättern erfolgen, selbstverständlich aus.

Diese Summen erhöhen die Gefahren des Geschäftes daher wesentlich. Wollte aber ein Verleger heute noch glauben, es ginge auch ohne einen im Rahmen seines Betriebes hohen Reklameetat, da kann er, mit wenigen Ausnahmen, sich nach der Ostermesse mit dem größten Teil seiner Erzeugnisse zu Hause wieder zusammenfinden.

Schließlich möchte ich noch auf zwei Schwierigkeiten des Verlages hinweisen, welche allerdings zurzeit keine erhöhte Tendenz angenommen haben, die aber bei der Besprechung der Schwierigkeiten von Sortiment und Verlag zweckmäßigerweise mit erwähnt werden müssen. Es handelt sich einmal um die Konkurrenz der Verleger untereinander, die namentlich für die Frage der Autorenerhaltung und -heranziehung große Schwierigkeiten bietet. Das Sortiment rechnet bei seinem Einkauf mit allgemein bekannten Ziffern und kann diese Zahl bei seinem Bestreben, den Konkurrenten auszustechen, im allgemeinen als feststehend annehmen. Wie ganz anders liegt solches beim Verlag. Namentlich das Anknüpfen neuer Verbindungen führt zu einem Überbieten der einzelnen Firmen, das den Preisbestimmungen von vornherein als ein böses Bleigewicht anhaften muß. Auch beim Schulbüchergeschäft hat der Verlag seit Jahren mit einer Schwierigkeit zu rechnen, die vom Sortiment garnicht oder viel zu wenig gewürdigt wird.

Zur Einführung der Schulbücher bedarf es der behördlichen Genehmigung; diese wird nun bei einer Anzahl derselben abhängig gemacht von der Höhe des Verkaufspreises. Bei den steigenden Druckpreisen und dieser Festlegung des Verkaufspreises ist es ersichtlich, daß der Nutzen immer mehr eingeschränkt wird und logischerweise auch zu einer Kürzung des Rabattes führen muß.

Sie sehen also meine Herren, die Schwierigkeiten des Verlages sind auch nicht von geringer Art, und wenn sie auch nicht in so viele kleine Momente von mir zerlegt worden sind wie die Schwierigkeiten, die sich dem Sortiment entgegenstellen, so sind sie in ihrer Wirkung darum keineswegs kleiner einzuschätzen. Beide Parteien können mit Recht verlangen, daß ihre Betriebsformen von der Gegenseite einer größeren Würdigung teilhaftig werden müssen.

Dieses ist die Situation, in der wir zurzeit im Buchhandel leben.

Nachdem das Sortiment nun seit mehreren Jahren die schwebende Frage ins Rollen gebracht hat, haben sich schließ-