

gegen den Paragraphen gemeldet haben. Im Grunde genommen gibt doch der Paragraph zum ersten Male zu erkennen, daß der Sortimentler überhaupt Einfluß auf den Ladenpreis gewinnen kann. — (Sehr richtig!) — Meine Herren, wir haben doch nun einmal einen Ladenpreis. Wenn wir den aber haben und einhalten wollen, so müssen wir das im Sortiment unter allen Umständen da tun, wo ein Ladenpreis besteht. Ist ein Werk geringer rabattiert als mit 25%, so hat es meiner Auffassung nach nicht die geringsten Schwierigkeiten, den Aufschlag auf den Ladenpreis dem Publikum gegenüber zu kennzeichnen. Es kommt nur darauf an, in welcher Weise das geschehen soll. Die meisten Herren haben gedacht, daß es am besten so geschähe, daß man sagte: 1 Mk. Ladenpreis plus 20 Pfg. Spesen. Man kann es aber auch anders machen; man kann schreiben: das Buch kostet 3,20 Mk. m. Sp. — mit Spesen. Auch dadurch ist der Aufschlag gekennzeichnet. — (Heiterkeit.) — Meine Herren, Sie lachen darüber; aber in unseren Kreisen wird es in der Tat gemacht. In einem Falle wie in dem von Herrn Boyesen erwähnten, wo es sich um eine Broschüre zum Preise von 15 Pfg. handelt, können wir nicht so verkaufen; es wird dabei geschrieben: »m. P.« mit Porto. Es läßt sich in solchen Fällen der Ladenpreis nicht immer einhalten.

Andererseits glaube ich dem Einwand entgegenzutreten zu müssen, den die Herren vom wissenschaftlichen Verlag machen werden, indem sie sagen, es werde dadurch der Ladenpreis überhaupt illusorisch werden. Das ist nicht der Fall; denn der Aufschlag tritt zunächst nur in dem Falle ein, wo ein Buch unter 25% rabattiert ist. Wenn Sie nicht schreiben wollen »m. Sp.« so schreiben Sie: »mit Kosten«. Ich glaube nicht, daß das Publikum Spektakel machen wird. Wenn jemand zufällig im Kataloge gelesen hat, daß der Ladenpreis des Buches soviel beträgt, so kann man ihm sagen: wir müssen außerdem noch Spesen berechnen. Ist der Kunde damit nicht einverstanden, so sagt man ihm: Dann lassen wir es! Man kann dem Kunden in einem solchen Falle einmal ein bißchen entgegenkommen. Man ist doch nicht dazu da, in rigoroser Weise dem Publikum gegenüber die Spesen aufrecht zu erhalten. Wesentlich ist es aber, daß dem Sortiment die Möglichkeit offen gehalten wird, einmal über den Ladenpreis hinauszugehen.

Zu Punkt 2, der von den Schulbüchern handelt, möchte ich, um ein praktisches Beispiel zu geben, erwähnen, daß es bei uns in Hannover üblich ist, daß die Schulen ihre Schulbücherverzeichnisse einer Schulbuchkommission einreichen und daß diese die Verzeichnisse nach den Auflagen und Preisen redigiert, und zwar mit Billigung der Schule. Auf diese Weise ist es uns möglich geworden, unsere Interessen wahrzunehmen. In Hannover sind es, soviel ich weiß, 80% der Schulbücher, die mit weniger als 25% Rabatt geliefert werden. Wir haben uns die Mühe gemacht, das feinerzeit auszurechnen. Bei diesen haben wir feinerzeit den Spesenauflschlag so vorgenommen, daß wir mit unseren Unkosten gedeckt sind, und es sind uns auch absolut keine Schwierigkeiten entstanden, weder von seiten des Publikums noch von seiten der Schulen, noch sonst, auch dann nicht, wenn der Preis aufgedruckt ist. Wir haben in solchen Fällen gesagt: das steht zwar da, wir können das Buch aber nicht so liefern. Da wir zusammenstanden, ist es in jeder Hinsicht möglich gewesen, das durchzuführen. — Also ich verstehe nicht, warum Sie so viele Bedenken haben; ich glaube, daß sich die Bedenken in der Praxis sofort zerstreuen würden.

Herr Dr. Alfred Giesecke (Leipzig): Ich möchte zunächst ein Mißverständnis richtigstellen. Es ist ja gerade in Punkt 2 festgesetzt worden, daß Sie bei Schulbüchern nicht in jedem einzelnen Falle zu sagen brauchen: das Buch kostet soviel, und ich mache soviel Aufschlag, sondern da soll es genügen, wenn in den Schulbücherverzeichnissen die entsprechende Bemerkung gemacht wird. Von einer weiteren Verpflichtung ist also bei Schulbüchern ausdrücklich abgesehen. Aber daß die in der Verkaufsordnung ent-

haltene Verpflichtung den Sortimentern auferlegt wird, das halte ich für notwendig, und darauf habe ich gerade mit hingewirkt, und zwar auf Grund von Erfahrungen, die ich habe machen müssen und die dem Eindruck entgegenstehen, den Herr Boyesen hat. — Ich will einen praktischen Fall anführen. Es hat sich herausgestellt, daß für ein Biblisches Lesebuch, das ich in Verlag habe, dessen Ladenpreis 1,80 Mk. beträgt und das ich, wenn ich nicht irre, mit 1,40 Mk. geliefert habe — also mit 22% Rabatt — verschiedene Lokalvereinigungen den Preis auf 2 Mk. festgesetzt haben. Nun wäre die Sache ja nicht so schlimm, aber ich stehe mit dem Biblischen Lesebuch in Konkurrenz mit den Gesamtausgaben der Bibel, die außerordentlich billig sind. Also es schädigt ganz wesentlich mein Interesse, wenn der Preis dieses Biblischen Lesebuches vom Sortiment einfach willkürlich erhöht wird. Die Sache ist dann so weiter gegangen: ich habe mich mit den Herren verständigt und habe ihnen gesagt: Schön, wenn die 5 Pfennige eine so große Rolle spielen, so erhöhe ich den Rabatt. Sie wissen ja, daß ich den Rabatt meiner Schulbücher unter Berücksichtigung der von mir gewährten Vergünstigungen so schon recht hoch angelegt habe. Was ist nun also die Folge gewesen? Die Folge ist, daß die Herren jetzt weniger daran verdienen als vorher; denn sie müssen jetzt zum Ladenpreise verkaufen. — (Zuruf des Herrn Prager: Vivat sequens!) — Die Sache ist so — es ist ja von dem letzten Herrn Redner bereits darauf hingewiesen worden —, daß Ihnen mit diesem Paragraphen zum ersten Male offiziell das Recht gegeben wird, Aufschläge auf den Ladenpreis zu machen, und demgegenüber muß der Verleger unbedingt Gewicht darauf legen, daß er formell wenigstens das Recht hat, zu verlangen, daß derartige Spesenauflschläge dem Bezücker kenntlich gemacht werden; denn, meine Herren, bitte versehen sie sich doch einmal in die Lage des Verlegers dieser Verkaufsordnung gegenüber. In der Verkaufsordnung werden dem Verleger nur Beschränkungen auferlegt. — (Widerspruch.) — Er hat von der ganzen Verkaufsordnung keinen Nutzen, er hat höchstens den indirekten Nutzen, zu dessen Erreichung er sich ja bereit erklärt, Opfer zu bringen, daß er das Sortiment auf diese Weise — ob mit Erfolg oder nicht, lasse ich dahingestellt — unterstützt. Ich glaube, daß es in keinem Beruf ein Verhältnis gibt, wie es hier in § 10 festgelegt ist, der nichts mehr und nichts weniger besagt, als daß dem Verleger in dem Moment, wo er ein Buch erscheinen läßt, die freie Verfügung über sein Eigentum zu gunsten der Allgemeinheit konfisziert wird. Anders ist doch die Sache nicht; das verlangen Sie von uns. Wenn das aber der Fall ist, so müssen wir doch wenigstens etwas dafür haben, und das einzige, was wir haben, ist der Schutz des Ladenpreises, d. h., wir Verleger haben als Gegenleistung dafür, daß wir, wie oben bemerkt worden ist, schließlich diejenigen sind, die die Durchführung der ganzen Sache ermöglichen — denn, meine Herren, nicht wahr, wenn wir eines Tages erklären: wir tun nicht mehr mit, so glaube ich, können Sie sehr viel beschließen, und es wird Ihnen nichts nützen —, als Gegenleistung dafür haben wir Verleger und müssen wir meines Erachtens im Minimum verlangen, daß wir wenigstens den Vorteil haben, daß im allgemeinen ein Buch unseres Verlags auch zu dem von uns festgesetzten Ladenpreise in Deutschland verkauft wird. — (Zuruf: Im allgemeinen!) — Auf diesen Punkt muß in der Tat der Verleger großen Wert legen, und ich glaube, daß es schlimme Folgen haben würde, weil wir in diesem Punkte nicht nachgeben können, wenn dieser Paragraph gestrichen würde. Das heißt, wenn sie den Paragraphen streichen, so stört uns das nicht; denn dann sind Sie zum Einhalten des Ladenpreises verpflichtet; aber mit der Festsetzung eines Aufschlages können wir unmöglich einverstanden sein, und ich glaube, es ist entschieden im Interesse der Sache, wenn Sie an diesem Paragraphen festhalten, und die Auffassung, die von dem letzten Herrn Redner vertreten worden ist, scheint mir doch dafür zu sprechen, daß die Verhältnisse in der Tat so schwierig nicht sind, zumal das einzige bisher eigentlich