

ergriffen, und wenn ich gesprochen hatte, war alles still, und damit war die Sache abgetan. Nach der Versammlung kamen dann die Sortimenterkollegen zu mir und sagten: »Das war großartig, denen haben Sie es aber ordentlich gegeben!« Meine Herren, damit kommen wir nicht weiter. Ich möchte alle Kollegen, die meiner Meinung sind, namentlich auch die großen Sortimenter, bitten, daß sie das auch hier aussprechen, was sie mir nachher immer sagen, damit endlich die Legende zerstört werde: die kleinen können nicht bestehen, weil sie nicht genügenden Umsatz haben; die großen bestehen sehr gut. Als wir vor acht Jahren in Berlin die Bewegung hatten, um von den 10 Prozent abzugehen, hatten wir eine Versammlung; da hat ein Vertreter eines der größten Sortimente erklärt: wenn wir jedem Kunden einen Rabatt von 10 Prozent geben wollten, könnten wir unseren Betrieb nicht aufrecht erhalten; wir könnten nur dadurch bestehen, daß wir den Rabatt nur da geben, wo wir müssen. Als wir dann einige Jahre später in Berlin den Rabatt überhaupt abschaffen wollten, ging der Antrag auch dazu von einem sehr großen Sortiment aus. Der betreffende Kollege war in seiner Miete um eine verhältnismäßig geringe Summe von dem Wirt gesteigert worden, die ein Geschäft in anderer Branche bei dem Umsatz glatt bezahlt hätte. In der Versammlung erklärte der Kollege, ich kann das nicht mehr aus meinem Geschäft zahlen, weil ich es nicht abwälzen kann, die einzige Möglichkeit der Abwälzung ist die Abschaffung des Kundenrabatts. Horn in Danzig, Hartmann in Elberfeld, Goeritz in Braunschweig haben sich ähnlich geäußert, und das sind große Sortimenter, von denen man nicht sagen kann, sie hätten keinen genügenden Umsatz oder verständen ihr Geschäft nicht.

Nun möchte ich vorlesen, zu welchem Ergebnis die Enquete des Börsenvereins gekommen ist. Da sagt der Berichterstatter — ich glaube Herr Dr. Ehlermann —:

»Demgegenüber aber muß festgehalten werden, daß es der Verleger allein ist, der auf der einen Seite den Ladenpreis, auf der anderen die Höhe des Rabatts bestimmt, so daß dem Sortimenter keine Möglichkeit gegeben ist, aus eigener Initiative seinen Verdienst bei dem Vertrieb eines Buches zu beeinflussen. Aus diesem weitgehenden Rechte des Verlagsbuchhandels erwächst die für ihn unabweisbare Pflicht, Ladenpreis und Rabatt so zu bemessen, daß der Sortimenter bei sachgemäßem Geschäftsbetriebe angemessen existieren kann. Daß das gegenwärtig nicht der Fall ist, steht außer allem Zweifel; es ist daher die Forderung aufzustellen, daß der Rabatt wenigstens zurzeit erhöht werde, wo das irgend angängig erscheint, so daß ein geringer Rabatt nur zu den Ausnahmefällen gehört.«

Dieser Wunsch des Herrn Dr. Ehlermann ist leider von dem Verlagsbuchhandel nicht berücksichtigt worden. Würden Arbeiter in Deutschland so schlecht entlohnt werden von ihren Arbeitgebern, wie der große deutsche Verlag es für gut befindet, den Sortimenter abzuspiesen, dann würde eine Entzündung sich im ganzen Lande erheben, und die Herren Nationalökonomien würden sicher zugunsten der Arbeiter eintreten. Wir Sortimenter mußten das traurige Schauspiel erleben, daß staatlich angestellte Professoren unsere berechtigten Bestrebungen auf Verbesserung unserer wirtschaftlichen Lage gehässig noch heute bekämpfen und uns den kargen Lohn für unsere schwere nervenzerrüttende Arbeit am liebsten ganz nehmen möchten. Dabei wird in keinem Detailgeschäft ein solches

Maß von Fachkenntnissen, Intelligenz, Arbeit und Kapital von vornherein eingebracht, wie im Sortimentsbuchhandel. Es ist geradezu tragisch, wieviel Intelligenz und Fleiß sich im Sortiment erfolglos verbrauchen.

Ich möchte damit schließen, daß ich nochmals an die Herren, die meiner Meinung sind, die Bitte richte, endlich einmal hier aufzustehen und zu sagen, was nötig ist, damit man die wirkliche Stimmung des Sortiments erfahre; die kennt man im Verlage nicht, wie manchmal hochgestellte Leute die wahre Stimmung des Volkes nicht kennen, sonst wäre es besser bestellt im deutschen Buchhandel. (Anhaltendes Bravo und Händeklatschen.)

Vorsitzender:

Ehe ich Herrn Paetsch das Wort gebe, richte ich an die Herren, die noch sprechen wollen, die Bitte, sich etwas kürzer zu fassen. Meine Herren, wir haben noch die ganze Tagesordnung des Börsenvereins durchzusprechen.

Herr D. Paetsch:

In Anknüpfung an die Ausführungen des Herrn Kollegen Staar möchte ich Ihnen sagen: ich mache nicht einen Umsatz von 110 000 Mark, auch nicht von 250 000 Mark, sondern einen wesentlich höheren; mein Sortiment hat einen rein wissenschaftlichen Charakter mit einem früher so ausgedehnten Novitätenvertrieb, wie ihn der Verlag sich bei jedem Sortiment wünschen mag. Ich habe keine Nebenbranchen, keine Leihbibliothek, keinen Musikalienhandel, kein Antiquariat, keinen Zeitschriftenleseklub und keine Kunst, und ich bilde mir ein, daß das für eine Stadt im äußersten Osten, in einer Gegend ganz ohne Hinterland, mit einer armen Bevölkerung, doch ein Umsatz ist, der vielleicht Anspruch auf Beachtung machen kann, und dieser Umsatz war vor ca. 7—8 Jahren noch nicht halb so groß. Ich darf also vielleicht für mich und meinen Sozios in Anspruch nehmen, daß wir nicht zu den schläfrigen Sortimentern des Professors Bücher zu zählen sind.

Nun habe ich Ihnen vor zwei Jahren gesagt, daß ich erkannt habe, daß der Novitätenvertrieb bei den heutigen Verhältnissen für uns ein Unding ist. Ich setzte mich mit ca. 30 wissenschaftlichen Verlagsbuchhandlungen in Verbindung, unter Darstellung der Sachlage, und erklärte ihnen in höflicher Form: so können wir bei den äußerst ungünstigen Wirtschaftsverhältnissen im Osten nicht weiter arbeiten. Der Erfolg war der, daß hier und da jemand uns Bedingungen machte, die eine kleine Besserung bedeuteten; im übrigen glaubte man die gewünschte Verbesserung der Bezugsbedingungen ablehnen zu müssen oder man glaubte uns mit Staffeltarifen zu dienen, d. h. höhere Rabattsätze zu gewähren bei Zahlung von Ostermehlsalbi in Höhe von 2000, 3000 und 5000 Mark, die eben leider unerreichbar sind. Ich habe Ihnen damals schon von dem Eindruck gesprochen, daß mein Geschäft durch Einschränkung des Novitätenvertriebes in keiner Weise gelitten hat. Heute bin ich so weit, das ziffernmäßig belegen zu können, und ich bin überzeugt, daß diese Ziffern nicht nur für meine Kollegen vom Sortiment, sondern auch für den Verlag eine außerordentlich beredte und überzeugende Sprache sprechen.

Die Kommissionspesen in Leipzig (gemeint sind nur die Porto- und Emballagespesen, Kommissionshonorar und Provision für gezahlte und einkassierte Beträge sind nicht eingerechnet) betragen im Jahre 1908: 2751 Mark, im Jahre 1910: 1870 Mark, eine Differenz von rund 900 Mark. In Berlin im Jahre 1908: 1002 Mark, 1910: 703 Mark, eine Differenz von 300 Mark. Die Ostermehremittendenballen kosteten bei der Remission 1908 (abgesehen von den Remittenden im Laufe des Jahres) 646 Mark — man beachte, diese Ware kam ausnahmslos in 5-Kilopaketten nach Königsberg; in diesem Jahre lautet die Frachtrechnung 207 Mark.

Ich muß hinzufügen, der Gesamtumsatz ist gewachsen und