

Verkehr in An- und Verkäufen einem Bedürfnis nach einem Anzeigenblatt abhelfen könnte.

Der »Hauptmacher«, die treibende Kraft des Großantiquariats, ist der Reisende. Dieses Geschäft ist so persönlich wie selten eins. Ich werde versuchen, die Gründe hierfür, soweit es der Raum zuläßt, auseinanderzusetzen. Meiner Ansicht nach hat jedes bedruckte Papier, also auch jedes Buch, so lange einen ideellen Wert, bis es verkauft ist. Sobald das Geld hierfür in der Kasse ist, tritt der wirkliche Wert an Stelle des angenommenen. Wird ein Buch an den Großantiquar verkauft, so hat es dem angenommenen Werte nicht entsprochen. Ein Gegenstand solcher Art verliert in den Augen des Interessenten, der ihn kaufen soll, an Wert. Da gerade über die Gangbarkeit eines Buches sehr pessimistisch geurteilt wird, ist nach Ansicht vieler Buchhändler ein Buch, das bei dem Verleger nicht gegangen ist, überhaupt ein ungangbares.

Diese Ansicht zu bekämpfen, ist eine der Aufgaben des Reisenden. Zunächst ist er in der Lage, das Objekt für sich selbst durch Vorlage sprechen zu lassen. Wie mancher Kollege hat ein Buch, das er nie gesehen hat, schon als ungangbar verurteilt! Die Pflicht des Reisenden ist es, in kurzen, präzisen Sätzen auf die Vorteile des Buches hinzuweisen. Er hat nicht allzu viele Bücher in seinem Koffer, so daß er sich über jedes einzelne genau unterrichten kann. Hat er z. B. (um nur die Tätigkeit eines brauchbaren Reisenden in dieser Beziehung, zumal es im Buchhandel sehr wenige gibt, zu kennzeichnen) ein Essaybuch, in dem sich ein oder mehrere Aufsätze über Goethe, über Napoleon, über die Revolution befinden, so wird er manchen Buchhändler, wenn er ihn darauf aufmerksam macht, zu Dank verpflichten und zum Ankauf reizen. Der Reisende soll Anregungen geben, Erfahrungen mitteilen und vor allen Dingen seine Ware richtig verteilen. Auch diesen Vorzug kann nur der Praktiker würdigen. Bei der Betrachtung der Tätigkeit des modernen Antiquars wird darauf zurückzukommen sein.

Während in früherer Zeit, als noch die Großantiquare der alten Schule an der Spitze marschierten, sie selbst und ihre Reisenden ein unbedingtes Vertrauen genossen und jeder Unwürdige bald ausgestoßen wurde, sind mit der Verflachung des modernen Betriebes »Reißer« aufgetaucht, durch die der ganze Handel ein anderes Gesicht bekommen hat.

Früher kaufte man Restposten ein. Selbst druckte man nur diejenigen Werke, deren Verlagsrechte mit »zu« gegeben wurden und deren Gangbarkeit durch den schnellen Abgang der Restauflage erwiesen war. So wurde teils regulärer Verlag via Großantiquariat geschaffen, teils die neugedruckte Auflage unter dem Mantel des Restbuchhandels vertrieben. Es wurde also der Anstoß zur Herstellung neuer Ware erst durch den Erwerb alter Ware, also gewissermaßen vom Zufall abhängig, gegeben. Bei bestimmten Gruppen, wie Jugendschriften, Klassikern usw. machte sich jedoch ein Mangel an billiger Ware fühlbar. Diesen erkannten zuerst die Großantiquare durch ihre persönlichen Besuche bei den Buchhändlern, die festes Lager hielten. Sie schufen daher nach bestimmten Plänen große Verlagsgruppen, die sie nach mehr kaufmännischen als buchhändlerischen Grundsätzen — man verzeihe den ungewollten Gegensatz — vertrieben.

Zum Verkauf solcher billiger Brotartikel brauchte man nicht viele und schwere Muster. Außerdem brachte diese Ware bei leichter Arbeit große Umsätze, denn sie war frisch, ansehnlich und »knusperig«. Die Herren Reisenden zogen daher diesen ursprünglichen Nebenartikel vor. Das frühere eigentliche Großantiquariat, der Vertrieb von Restauflagen, der es bedingte, schwere Muster mitzunehmen (der »Kofferhube« vor dem »gentleman«), trat gegen das neu entstandene eigenartige Verlagsgeschäft zurück.

Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel. 78. Jahrgang.

Die Buchhändler aber, die meist auch Sortiment zu guten Preisen führten, wollten sich diesen Geschäftszweig durch den Massenvertrieb von sogenannter »Stapelware« nicht zerstören lassen, da sie vom Ersatz teurer durch billigere Ware einen Rückgang ihres Umsatzes befürchteten. Die Reisenden mußten sich daher neue Abnehmer außerhalb der bisherigen Verbindungen suchen und fanden diese in den Warenhäusern, die bis dahin nur schlichterne Versuche in kleinen Ramschpöfchen gemacht hatten.

Die daran interessierten Buchhändler begingen hier meiner Auffassung nach einen Fehler (den ich übrigens selbst mitgemacht habe). Anstatt die Großantiquare, die das solide Restantiquariat weiterführten, zu stützen, wandten sie sich von dem modernen Antiquariat ganz ab. Sie warfen alles in einen Topf und fertigten die Reisenden kurz ab. Das war die Zeit, in der sich auch die modernen Antiquare auf den Vertrieb von Erstausgaben und Raritäten legten, die bisher fast ausschließlich von wenigen Antiquariaten first class in größerem Maße vertrieben wurden. Hierdurch legten sie ein größeres Kapital in teuren Werken fest. Der Reiz der in Deutschland neuentstandenen Philister-Bibliophilie im Gegensatz zur echten hatte sich bald gelegt. Die Lager waren voll von Antiquaria, während das Geld zum Ankauf modernen Antiquariats fehlte.

Inzwischen hatte das Warenhaus nicht nur die Reisenden an sich gelockt, sondern durch große Abschlässe und Bareinkauf bisher nie gehörte Preise durchgedrückt. Infolge dieser bedeutenden und billigen Einkäufe konnte es dem Publikum äußerst günstige Offerten machen. Das kam in großen Scharen. Jetzt wetterleuchtet es auch im Buchhandel, und eine nähere Betrachtung der Geschäftsbetriebe der Großantiquariatskunden soll uns weitere Aufklärung bringen.

(Fortsetzung folgt.)

### Kleine Mitteilungen.

**Zeitschriftenbeilagen des Sortiments.** — Im amtlichen Teile der heutigen Nummer des Börsenblattes vermahnt sich der Vorstand des Buchhändler-Verbandes »Kreis Norden« energisch gegen die Auffassung der Firma Ullstein & Co., Berlin, wie sie in dem im Sprechsaal des Börsenblattes Nr. 168 abgedruckten Briefwechsel der genannten Firma mit der Schlüter'schen Buchhandlung in Altona zum Ausdruck kommt. Wir haben schon damals den Standpunkt vertreten, daß das Verhalten der Schlüter'schen Buchhandlung nicht auf gleiche Stufe mit jenen Manipulationen gestellt werden könne, die seinerzeit Anlaß zu der Einführung vertraglicher Bestimmungen zwischen den Verlegern und ihren unmittelbaren Abnehmern durch Fakturaufdruck gegeben haben. Es handelte sich damals darum, gegen Mißbräuche (namentlich gewisser Lesezirkel) anzukämpfen, für die unsere Gesetzgebung einen ausreichenden Schutz weder aus dem Urheberrechtsgesetz noch aus § 826 des Bürgerlichen Gesetzbuchs gewährt. Infolgedessen sah sich der Verein von Verlegern deutscher illustrierter Zeitschriften veranlaßt, seinen Abnehmern vertragliche Bestimmungen dahingehend aufzuerlegen, daß die Zeitschriften nur in der Gestalt in den Verkehr gebracht werden dürfen, in der sie von den betreffenden Verlegern ausgegeben werden. Eine solche vertragliche Bestimmung besteht zweifellos zu Recht, wenn auch nicht gegenüber Dritten, so doch den unmittelbaren Abnehmern gegenüber. Ausdrücklich ist aber damals seitens des Vereins von Verlegern deutscher illustrierter Zeitschriften darauf hingewiesen worden, daß »das Einlegen buchhändlerischer Prospekte« durch diese Maßregel nicht getroffen werden solle. Auch geht aus der Fassung des Fakturaufdrucks, nach dem nur das Einfügen bezahlter Reklamedrucksachen verboten sein soll, deutlich hervor, welche Manipulationen durch diese Vertragsbestimmung getroffen werden sollen. Und wenn die Firma Ullstein & Co., Berlin, über den Unterschied zwischen bezahlt und unbezahlt hinweggehend, sich auf den Passus stützt, daß ihre Zeitschriften nur in der von ihr gegebenen Gestalt in den Verkehr gebracht