

Das Großantiquariat und seine Ausdehnung.

(Vgl. Nr. 181—185, 191, 195 u. 200.)

Eigentlich hatte ich nicht die Absicht, mich zu dem angeregten Thema nochmals zu äußern. Doch erscheinen mir die Ausführungen des Herrn Dr. E. S. D. in Nr. 195 bedeutend genug, um sie nicht ohne Widerspruch zu lassen. Bei solchen Kontroversen ist der Kampf nicht leicht, da man seinen Gegner nicht kennt. Man könnte sonst der Eigenart des Schreibers mehr entgegenkommen und hierdurch eher zur Verständigung gelangen.

Herr Dr. D. sagt, wenn ich ihn richtig verstanden habe, in sachlicher Beziehung: Das Großantiquariat von heute bringt gute Werke zu Spottpreisen in eigener Produktion auf den Markt und versperrt nicht nur der regulären Ware den Absatz, sondern untergräbt auch die Preise, die vom Verleger durch die Teuerung des Rohmaterials und der Herstellung gefordert werden müssen. Bei dem Anlauf von Restauflagen, Remittenden legt der Großantiquar keinen angemessenen Preis an, er beutet vielmehr in wucherischer Weise die Notlage des Verlegers aus, ja er spekuliert sogar bewusst von Anfang an auf die Nachschläge, die den Verleger treffen werden. Als Abhilfe empfiehlt Herr Dr. D. ein genossenschaftliches Zentralgroßantiquariat. Das ist wohl der langen Ausführungen, die mir sehr viel Neues boten, gerader Sinn.

Ich würde Herrn Dr. D. im ersten Punkte recht geben. Er läßt aber bei der Beurteilung der Konkurrenzfrage völlig außer acht, wer der Abnehmer der vom Großantiquariat hergestellten Massensliteratur ist. Gelingt ihm der Nachweis, daß ihre Käufer früher reguläres Sortiment zu höheren Preisen gekauft haben, so sind seine Ausführungen und Folgerungen richtig. Er schreibt selbst, daß die »Unbemittelten, die Kinder, die Wenigerbemittelten« völlig als Konsumenten für Bücher »ausscheiden«. Das ist aber, mit Ausnahme der Kinder, die Gesellschaftsgruppe, die sich das Großantiquariat mühsam zu Käufern erzogen hat, die, wie die Redaktion treffend bemerkt, sich »mit an die Tafel gesetzt hat«. Ihre literarischen Bedürfnisse werden zum größten Teil durch die Herstellung des Großantiquariats gedeckt.

Da ist zunächst der Arbeiter. Er kauft nicht gern in den Buchhandlungen, was er auch früher nicht tat, als er sein Geld lieber in Alkohol anlegte. Der Kastengeist ist schuld, daß der Mann ohne Krage, der Arbeiter mit der ungepflegten Hand lieber in den Geschäften kauft, in denen man ihn mit einem freundlichen »Grüß Gott, Herr Nachbar« begrüßt. Er will nicht mit der gemachten Höflichkeit behandelt sein, wie ein Teil unserer jüngeren Offiziere oder die reichgewordene Frau Kommerzienrätin das verlangen. Er hat ein feines Gefühl für die Menschen, die in ihm den dritten Stand sehen, und er meidet sie.

Dann kommen die »Wenigerbemittelten«, die viel für ihr Geld haben wollen, sehr anspruchsvoll sind und von den Buchhändlern nur selten gern gesehen werden. — Weitere Käufer der Erzeugnisse des Großantiquariats sind die »Grabbler«, die Leute, die ungestört suchen wollen und das Lager durchwühlen. Wehe ihnen, wenn sie das bei einem Sortimentener machen würden! — Endlich aber die Urteilslosen, die durch die äußere Aufmachung des Buches gereizt werden. Auch ihnen will das Sortiment nichts bieten, da es mehr auf den Gehalt Gewicht legt, und auf die gediegene Ausstattung, als auf den Tand.

Alle jene Käufer sind weder früher Kunden des Sortimenters gewesen, noch werden sie es werden, wenn dieses nicht ihrer Eigenart entgegenkommt und sich ihren Wünschen fügt. Man darf aber nicht mit Recht sagen, es verperrte jemand den Markt und untergrabe die Preise, wenn er sich

die Konsumenten selbst geschaffen, sie also anderen nicht fortgenommen hat.

Es ist menschlich, daß einige Verleger auf die Auflagenhöhe bestimmter Artikel, die sie vielleicht durch ihre Lieferanten in Erfahrung brachten, neidisch geworden sind. Die »Kamscher«, die Warenhäuser (deren Bedarf an regulären Artikeln übrigens schon heute oft viel stärker ist, als der an modernem Antiquariat), einige voraussehende Sortimentere und eine Anzahl »Auchbuchhändler« haben in rechtzeitiger Erkenntnis der neuen wirtschaftlichen Gestaltung eine neue Kundschaft geschaffen, sie langsam erzogen, systematisch für ihre Bedürfnisse gesorgt. Jetzt, da sie vorhanden ist, erkennt das Sortiment, das bis dahin untätig zusah, das sich außerdem in Notlage befindet, ein für sich neues, großes Absatzfeld. Es dekretiert unter Beistand bestimmter Verlage: »Diese Kundschaft gehört mir. Ihr habt sie an euch gerafft durch Schliche und Tricks, durch Spekulation auf niedrige Triebe. Ihr müßt sie herausrücken. Denn ich bin der Kulturbringer, der nur gute Bücher von richtigen Verlegern vertreibt. Schuzmann — Schuzmann!« Die Gegenseite sagt: »Diese Kundschaft gehört uns. Wenn wir sie auch nicht aus dem Boden stampfen, haben wir doch als erste erkannt, daß hier trotz dem sandigen Boden ein Feld für uns ist, auf dem wir säen können. Da du jetzt siehst, daß es Früchte trägt, willst du auf dem Felde, auf dem wir seit Jahren heimisch sind, ernten. Es ist ja möglich und sei zugegeben, daß wir oft mit Kunstdünger und mit Ausnutzung der neuesten technischen Fortschritte arbeiteten, um schneller zur Ernte zu kommen. Wir haben auch dir abgesehen, womit Du arbeitest. So lange du uns ächtest und bekämpfst, wirst du ohne Widerstand nicht unsere Saat zerstampfen und unsere Frucht ernten. Willst du aber einen vernünftigen Frieden, so werden wir dir Bücher geben, die du, ohne in züchtiger Scham zu erröten, verkaufen kannst, die aber nicht deine eigentliche Kundschaft befriedigen, die sonst 5 M-Romane und 4 M-Jugendchriften bei dir kauft. Darin liegt unsere Kraft, daß wir die Grenze unseres Könnens und unseres Zwecks feststellten, daß wir Durchschnittsware für die große Masse geschaffen haben, die die gute Ware nicht ersetzen kann, soll und darf. Gehen wir über dieses Ziel hinaus, schaffen wir dir Bücher zum Verkaufspreis von 1 M für das Publikum, das früher 6 M-Bücher bei dir kaufte, so mußt du sechsmal soviel umsetzen, um deinen früheren Umsatz zu erreichen. Das kannst du nicht, und daran wirst du zugrunde gehen. Bei einer anderen Ware mag man durch Billigkeit den Umsatz erhöhen können, bei dem Buche geht das nicht: das spricht in Deutschland wenigstens gegen jede Erfahrung. Alle derartigen Versuche sind bisher fehlgeschlagen. Den Umsatz kannst du im Buchhandel nur erhöhen durch Erweiterung deiner Kundschaft. Du mußt aber die neue Kundschaft richtig pflegen und unseren Erfahrungen, die wir auf langem, leidvollem Wege machten, etwas Glauben schenken. Willst du das nicht, willst du nicht paktieren, laß uns weiterarbeiten. Stöhne nicht über die Konkurrenz, die wir dir machen. Schreie nicht nach dem Schuzmann, denn auch über ihm steht das Recht.«

Zum zweiten Punkte: Herr Dr. D. soll meine Berliner »Offenheit« nicht übel aufnehmen. Aber nach seinen Ausführungen zu urteilen, versteht er vom Großantiquariat wenig und kennt es nur von flüchtiger Bekanntschaft mit ihm. Bei der Preisbemessung für ein dem Großantiquar angebotenes Werk spielen die Faktoren eine Rolle, die ich in Nr. 181 anführte. Um bei dem Beispiel, das Herr Dr. D. anführte, zu bleiben: er verlegt ein Buch in einer Auflage von 10 000 Exemplaren, für das er 18 000 M Honorar bezahlt, also für das Stück 1 M 80 S. Es umfaßt