

brochen hat, so wird man sich nach anderen literarischen Beratern umsehen.

Anderer Sortimenter wieder suchen das Heil in der Abschaffung des Kundenrabatts einschließlich des Rabatts an Bibliotheken. Es ist fraglich, ob mit dieser Maßregel dem Sortiment gedient ist, und weit mehr noch, ob sie sich aus Zweckmäßigkeitsgründen empfiehlt, da leicht aus Verärgerung heraus eine stärkere Abwanderung nach den Antiquariaten erfolgen könnte als es gegenwärtig schon der Fall ist. Wenn dagegen darauf hingewirkt wird, den Rabatt an Privatkunden als einen Skonto für Barzahlung erscheinen zu lassen, so kann man sich dieser Auffassung um so eher anschließen, als dadurch der Begriff in seiner ursprünglichen Bedeutung wieder hergestellt wird.

Nicht viel besser als die Abschaffung des Bibliothekenrabatts ist der Vorschlag, Bücher in einer gewissen Preislage, die mit geringerem Rabatt als 40 Prozent geliefert werden, nur mit einem entsprechenden Aufschlag abzugeben, da ein solches Verfahren nicht mehr und nicht weniger als eine völlige Preisgabe des Ladenpreises bedeuten und nur die Konkurrenz der hauptstädtischen Großsortimenter oder des Auktionshandels begünstigen würde.

Soweit es sich um Werke handelt, die mit einem geringeren Rabatt als 25 Prozent vom Ladenpreise geliefert werden, ist der Sortimenter nach § 7 der Verkaufsordnung zu einem entsprechenden Aufschlag berechtigt, wie auch kein Einspruch dagegen erhoben werden kann, wenn er seinen Kunden alle Extraspesen berechnet. Kein vernünftiger Mensch wird verlangen können, daß ein Geschäftsmann pour le roi de Prusse arbeitet oder den Verlust an einem Geschäft gegen den Gewinn an anderen aufrechnet. Denn wenn auch dieser, wie das überall im Handel der Fall ist, an jedem Geschäft verschieden ist und 25 Prozent an einem Buche im Preise von 4 M mehr bedeuten als selbst 60 Prozent an einer Broschüre für 50 J, so sind doch die Gewinne im Buchhandel, besonders aber im wissenschaftlichen Sortiment, nicht groß genug, um eine Aufrechnung des geringeren mit dem höheren Rabatt zu rechtfertigen. Wo diese Tendenz vorhanden ist, ist auch schon der erste Schritt zu einer Bevorzugung hochrabattierter Literatur getan.

Beeinflussen kann der Sortimenter die Verhältnisse nur insoweit, als er sich fester mit jenen Verlegern verbündet, die ihm seine Bemühungen um den Absatz erleichtern. Das Buch ist seiner Natur nach individuell, aber diese Individualität kommt nur bei einem verhältnismäßig kleinen Teil der Literatur zum Ausdruck. Eine Zersplitterung, wie sie vielfach auch in kleinen Sortimenten, besonders durch das Auflagerhalten zahlreicher Konkurrenzangaben, sich zeigt, läßt sich in vielen Fällen vermeiden, da die Unterschiede in Preis und Ausstattung oft ganz unwesentlicher Natur sind, so daß es meist nur einer kurzen Erklärung bedarf, um den Kunden für das Vorhandene zu gewinnen, wenn das Gewünschte nicht auf Lager ist. Nicht vielerlei, sondern viel, muß der Grundsatz des Sortimenters lauten, dessen Ehrgeiz gar nicht darin bestehen darf, mit allen Verlegern in Geschäftsverbindung treten und sich für alles verwenden zu wollen.

Schwieriger liegen allerdings die Verhältnisse in bezug auf wissenschaftliche Literatur, nicht etwa weil hier eine stärkere Prägung individueller Tätigkeit vorhanden wäre, sondern weil das infragestehende Publikum der Beeinflussung durch das Sortiment weniger zugänglich ist und aus den und jenen Gründen meist auf ganz bestimmte Bücher Gewicht legt. Hier kann nur immer wieder auf die auch von dem Referenten hervorgehobene Tatsache hingewiesen werden, daß es im Grunde genommen für den Käufer irrelevant ist, ob ein Buch 14 oder 15 M kostet, nicht aber für den Sorti-

menter, ob es ihm mit 25 oder 30% geliefert wird. Die Angstlichkeit des Verlaas in dieser Beziehung ist um so weniger gerechtfertigt, als er sich mit der Erhöhung der Buchdruckerpreise hat abfinden müssen und auch seine eigenen erhöhten Spesen in die Kalkulation einstellt, so daß es nur billig ist, auch den erhöhten Spesen des Sortiments Rechnung zu tragen. Wenn angesehene Vertreter des Sortiments erklären, daß einem Rabatt von 25 Prozent Spesen in gleicher Höhe gegenüber treten, so muß hier Abhilfe geschaffen werden, so lange der Verlag Wert auf die Mitwirkung des Sortiments legt. Und das, was notwendig ist, muß auch möglich sein, soll das Sortiment nicht auf dasselbe Niveau herabgedrückt werden wie in England und Frankreich. Wo der wissenschaftliche Verlag bisher Entgegenkommen gezeigt hat, ist es — mit wenigen Ausnahmen — an Voraussetzungen hinsichtlich des Absatzes gebunden, die alle diese Vergünstigungen als Rabattspielereien erscheinen lassen, mit denen die wenigsten etwas anzufangen wissen.

Ob freilich die Forderung des Referenten an die Verleger wissenschaftlicher Literatur: alle Werke, gleichviel ob à cond., fest oder bar mit einem Rabatt von 30 Prozent zu liefern, die Zustimmung des Verlaages finden wird und im Interesse aller Beteiligten liegt, möchten wir bezweifeln. Eine Gleichstellung des Bezugs in Rechnung mit dem Barbezug steht unsern wirtschaftlichen, allgemein auf eine Verkürzung der Kreditfristen und schnelleren Geldumsatz gerichteten Anschauungen direkt entgegen und würde den Barverkehr überhaupt ausschalten, schon um der Zinsen und des 1% Meßaaos willen. Denn diese Mechanisierung ist in Wirklichkeit keine Gleichstellung, sondern würde etwa dem Verhältnis von 30% (in Rechnung) zu 36% (gegen bar) entsprechen.

Wie sich aber auch der Verlag zu dieser Forderung stellen mag, einer Forderung wird er sich nicht entziehen können: daß hier geholfen werden muß und zwar den Sortimentern, die heute noch willens sind, sich für den Absatz wissenschaftlicher Literatur zu verwenden. Denn was aus allen diesen Reden herausklingt, ist der Wunsch, das Sortiment in seiner alten Form zu erhalten, es wieder aufnahmefähig für den Vertrieb wissenschaftlicher Literatur zu machen und ihm die Mittel zu geben, sich neben der Bücherbesorgung auch dem Vertriebe wieder zuwenden zu können. Es sind gewiß nicht die schlechtesten Vertreter des Sortiments, die sich mit dieser Bitte um Hilfe an den Verlag wenden, nicht jene Rabattpenstionäre, die da ernten, wo ein anderer gesät hat, sondern unsere Elitetruppe, deren fleißige Arbeit den steinigen Boden beackern möchte, auch wenn die Ernte nur eine geringe ist. Sie sehen die Gefahr, die in der Überschwemmung unseres Büchermarkts mit leichter Literatur liegt, die ihnen wohl Gewinn, aber keine Ehre einbringt, und möchten nicht zu den Bücherhändlern hinabgezogen und der eigentlichen Aufgabe ihres Berufs entfremdet werden.

Dem Verlag, soweit er überhaupt eine kulturelle Aufgabe anerkennt, bleiben daher nur zwei Wege offen: entweder seine Bücher selbst zu vertreiben oder dem Sortiment einen auskömmlichen Gewinn zu sichern, der es nicht in Versuchung führt, sich in weitgehendem Maße mit dem Vertriebe minderwertiger, aber hochrabattierter Artikel zu befassen und zu deren Gunsten die bessere Literatur zu vernachlässigen. Der erstere Weg führt zurück in die ersten Anfänge der Buchdruckerkunst, in jene primitiven Zeiten, wo der Buchdrucker noch die Funktionen des Verlegers und Sortimenters in seiner Person vereinigte und nach dem sich heute, im Zeitalter der Arbeitsteilung, kein Mensch mehr zurückziehen wird. Wohl können wir wieder Ansätze zur Zentralisation, zu einer Zusammenfassung der verschiedenen Teilbegriffe bestimmter Arbeitsleistungen be-