

legerverein größere Machtmittel gegenüber seinen Mitgliedern hätte, könnte er den Börsenverein ganz anders stützen als heute. Der Verlegerverein müsse als gleichartiger Bruder mit dem Börsenverein und dem Verbands arbeiten.

Herr **Walter Jäh** (Halle): In der Hauptsache sei es nur der wissenschaftliche Verlag, der bei allen unseren Forderungen in Frage kommt, da der andere Teil des Verlags bereits heute ausreichende Rabatte gewährt. Die Verhältnisse sind heute etwas besser geworden, dem Vorbilde von Dunder & Humblot und einiger anderer werden hoffentlich bald weitere Verleger folgen. Auf dem Wege der Güte allein scheint es dem Redner nicht rätlich, die Rabattfrage zu lösen. Das Sortiment soll nicht bitten, wo es fordern darf. Aber der Kampf ist auch nicht wünschenswert, man solle auf dem Wege der Überzeugung immer mehr auf den Verlag einwirken. Die Opfer, die vom Verlag verlangt werden, sind sehr groß, 5% machen unter Umständen Zehntausende aus. Allerdings sei der große Verlag kapitalkräftig und könne das Opfer bringen. Es brauche auch nicht jeder, der gelegentlich einmal ein Buch bestellt, den höheren Rabatt zu erhalten. Redner verweist auf die Angriffe des Akademischen Schutzvereins, der Buchhandel arbeite unwirtschaftlich; er verlangt, daß der Verlag die Ladenpreise erhöhe, wo alles teurer geworden sei, könne das keinen Anstoß erregen, und die Opfer der Rabatterhöhung kämen dadurch herein. Redner regt ferner an, der Vorstand des Börsenvereins möge unter Beihilfe des Verlegervereins und des Verbandes eine wissenschaftliche Arbeit über die wirtschaftliche Lage des Sortimenterbuchhandels herbeiführen, die als Unterlage für alle Verhandlungen dienen könne.

Herr **Artur Seemann** antwortet Herrn Mohrmann, daß der Verlegerverein allerdings keine Machtmittel habe, gerade die Stärksten heranzuziehen, man müsse sich darauf beschränken, sie zu überzeugen. Mit Herrn Schöningh erklärt sich Redner einverstanden, daß die Kleinbetriebe, von deren Existenz meist nur die vermittelnden Grossisten Kenntnis haben, eine Miliartuberkulose am Körper des Buchhandels bilden.

Herr **Wolfgang Koehler** (Leipzig): Die Extra-Rabatte, die der Verlag an den Zwischenhandel gebe, seien gar nicht so erheblich. Wofür gewährt der Verlag denn den Extra-Rabatt? Doch für die geleistete Arbeit des Barsortiments. Wenn der Zwischenhandel 1000 Exemplare fest bezieht, so hat der Verlag erhebliche Vorteile, Kapitalvorteile und Arbeitserleichterung.

Herr **Paul Ritschmann** wendet sich gegen den Vorschlag des Herrn Jäh, eine statistische Arbeit über die Lage des Sortimenterbuchhandels hervorzurufen. Diese statistische Arbeit erscheine überflüssig, da von keiner Seite bisher der Vorwurf gegen das Sortiment erhoben worden sei, daß seine Klagen unberechtigt seien. Es sei längst statistisch erwiesen, daß die Spesen des Sortimenters annähernd 25% betragen; wenn der Rabatt auf wissenschaftliche Literatur ebenfalls 25% beträgt, so bedürfe es keiner statistischen Arbeit, um die Existenzunmöglichkeit nachzuweisen.

Herr **Otto Paetsch** betont, daß jeder daraufhin arbeiten müsse, die Rabattfrage nicht im Sande verlaufen zu lassen. Er dankt dem Vorstandsvorstande, daß er die Frage auf die Tagesordnung gesetzt hat. Bisher ist die Rabattfrage erfolglos verhandelt worden. Redner gibt einen historischen Überblick über die Rabattfrage bis zur Enquete des Börsenvereins und dem bekannten Fragebogen. Wenn Herr Schöningh den Bezug direkt vom Verlage und die Abkehr vom Barsortiment empfehle, so hat auch Redner bis vor kurzem auf diesem Standpunkte gestanden und ist nur deshalb von ihm abgegangen, weil der Verlag fast alles bar liefert, das Barsortiment dagegen zum Barpreise in Rechnung. Hier müsse zuerst Abhilfe geschaffen werden, Verlag und Sortiment werden dann zum großen Teile das Barsortiment entbehren können. Redner wendet sich dann der Buchführungsfrage zu, die Übelstände, besonders im Sortiment, seien da sehr erhebliche. Auch zu ihrer Abstellung sei ein Sortimenterverein

dringend notwendig. Man sehe sich die Landwirtschaftskammern an, was sie für ihre Mitglieder leisten; sie schicken Revisoren von Ort zu Ort, die die Bücher einrichten und in Ordnung bringen. Redner bittet, die Gründung eines deutschen Sortimentervereins niemals aus dem Auge zu verlieren.

Herr **Heinrich Boysen** erklärt, daß Herr Schöningh ihm aus der Seele gesprochen habe. Besonders das Barsortiment bilde einen ungeheuren Krebschaden im Buchhandel. Erst das Barsortiment sei berufen gewesen, all und jeden in die Lage zu setzen, dem Buchhandel Konkurrenz zu machen. Nicht nur die großen Netto-Kataloge sind in jedermanns Händen, sondern auch die Kompendienkataloge ermöglichen es jedem Buchbinder, einen philologischen oder technologischen Katalog herauszugeben, so daß die eigene Katalogarbeit der tätigen Sortimenter sich kaum noch lohne. Eine weitere Folge der Barsortiments-Kataloge sei eine zunehmende Verliederung der Gehilfen, die kaum noch ein anderes bibliographisches Hilfsmittel zu behandeln verstehen, als den Katalog des Barsortimenters. Redner regt den Verlag an, mehr als bisher in Rechnung zu liefern, damit der Kreditvorteil des Barsortiments fortfällt. Der Verlag könne von einem direkten Verkehr mit dem Sortiment nur Vorteile jeder Art haben. Auch das Grosso-Sortiment mit seinen immer wachsenden Auswüchsen erklärt Redner für besonders gefährlich und bekämpfungswert.

Herr **Dr. Erich Ehlermann**: Es ist gesprochen worden von einem Wege der Güte oder des Kampfes beim Verkehr zwischen Verlag und Sortiment. Es gibt aber seiner Ansicht nach einen dritten Weg, den der geschäftlichen Vermittlung, diesen müsse man beschreiten. Redner gibt eine Übersicht, wie die Rabattbemessung des Verlegers vor sich gehe, wie er nicht nur die Herstellungskosten und die Absatzmöglichkeiten zu kalkulieren habe, sondern auch Rücksicht auf Konkurrenzartikel usw. nehmen müsse. Wenn gesagt worden sei, daß die großen wissenschaftlichen Verleger am ersten auf einen Teil des Reingewinns verzichten könnten zugunsten einer Rabatterhöhung, so stimme das nicht, auch der große Verleger müsse sehr scharf kalkulieren, so daß eine erhebliche Erhöhung des Rabatts nicht möglich sei. Die Tendenz des Verlags gehe auch dahin, direkt zu liefern, diese Tendenz wird wachsen. Das Barsortiment wird wohl nicht richtig gewürdigt, es leistet doch recht viel und ist kaum zu entbehren, dagegen erklärt Redner den von den Grossisten genährten Zwischenhandel für ungemein schädlich, da er immer mehr die gangbaren Artikel des Buchhandels vertreibe. Die Weiterentwicklung dieses Zwischenhandels müsse aufgehalten werden, er sei ein Stauwehr für das Wasser, das auf die Mühlen des Sortimenters fließen sollte und nunmehr durch unkontrollierbare Seitenkanäle abgeleitet werde. Redner erblickt nicht in einer Rabatterhöhung, sondern in der Bekämpfung des Zwischenhandels den größeren Vorteil für das Sortiment.

Herr **R. V. Prager** erwidert Herrn Dr. Ehlermann, daß, was die Kalkulation des Verlegers anbetreffe, man doch nicht immer das alte Argument bringen möge, eine Erhöhung des Sortimenters-Rabatts sei in den Ladenpreis nicht einzukalkulieren. Genau ebenso wie die gestiegenen Herstellungspreise und ein erhöhter Verlegergewinn eininkuliert worden seien, könne und müsse auch dem Sortimentergewinn Rechnung getragen werden.

Es geht ein Antrag auf Schluß der Debatte ein, der angenommen wird, die zum Wort gemeldeten drei Redner sollen noch gehört werden.

Herr **Otto Paetsch** weist auf die Verkehrsordnung hin, die wohl da sei, aber vom Verlag nicht beachtet werde.

Herr **Ernst Mohrmann** erinnert an die kontradiktorischen Verhandlungen, wo Ferdinand Springer ausgesprochen habe, daß das Sortiment nötig sei, und daß man nach ihm rufen werde und es neu schaffen müsse, wenn es einmal verschwunden sein sollte. Redner hält den Zwischenhandel für nötig, so lange er nicht Auswüchse zeitige, die sich jetzt allerdings zu mehren beginnen.