

nicht gleichfalls der Anzeigepflicht unterliegen soll. Denn schließlich ist es doch eine reine Preispielerei, wenn verschiedene Abnehmer ein und derselben Partie auf Grund des § 12 differenziert behandelt werden. Mit einer ein für allemal feststehenden Partiepriefestsetzung hätte man mit einem Schlage jene Klarheit, die auch die beste Interpretation der Verlegerparagrafen nicht zu geben vermag, da »die besonderen Umstände«, von denen eine Preisermäßigung abhängig sein soll, bisher von jedem Verleger auf seine Weise ausgelegt wurden. Des weitren aber hätte die Festsetzung und Bekanntgabe dieser Partiepriefe den Vorteil, daß dadurch außer den »besonderen Umständen« auch die so heiß umstrittenen Begriffe »Ausnahmefall« und »größere Partie« keiner besonderen Klarstellung mehr bedürften und auch die Frage gegenstandslos würde, ob unter den in § 12, 1 erwähnten Gesellschaften usw. nur die gemeinnützigen oder auch die gewerblichen Zwecken dienenden zu verstehen sind, sofern nur die Lieferung und Verrechnung auf Grund dieses Paragraphen ausschließlich durch die betr. Körperschaften erfolgen. Es bliebe auf diesem Wege also nur die Frage offen, ob die Lieferung in allen Fällen durch das Sortiment oder lediglich durch den Verleger zu erfolgen hätte. Diese Frage kann u. U. nur dahin beantwortet werden, daß dem Sortiment in allen den Fällen die Möglichkeit der Lieferung und eines Verdienstes gegeben werden muß, wo es sich um den Absatz eines Verlegers müht. Die Beziehungen des Verlegers zum Sortiment, das doch immer sein natürlicher Bundesgenosse bleibt, werden sich aber sicher nicht verschlechtern, wenn er sich auch da seiner Vermittlung bedient, wo das Geschäft lediglich auf seine Initiative zurückzuführen ist.

Aber noch in anderer Beziehung versprechen wir uns eine Besserung der Verhältnisse von der Festsetzung und Bekanntgabe der Partiepriefe, insofern nämlich, als dadurch dem Verleger die Augen geöffnet werden, welchen Wert der doppelte Ladenpreis — um uns dieser nun einmal gebräuchlichen Bezeichnung zu bedienen — überhaupt hat. Von ganz wenigen Ausnahmen abgesehen, verdankt er seine Entstehung nicht der Notwendigkeit, sondern der Einbildung mancher Verleger, mit seiner Hilfe einen Massenumsatz zu erzielen, der bei Einhaltung des regulären Preises angeblich nicht erzielt werden kann. Da wird denn zwischen dem Buche und irgendeinem beliebigen Verein eine künstliche Verbindung zur Konstruierung eines Ausnahmepreises hergestellt, wobei man völlig vergißt, daß — von der Forderung des »Ausnahmefalles« abgesehen — die Bevorzugung dieser Käuferkreise nicht nur eine Ungerechtigkeit gegen die übrigen Abnehmer darstellt, sondern auch geeignet ist, das Publikum gegen den Ladenpreis überhaupt mißtrauisch zu machen oder doch gegen das Sortiment einzunehmen.

Diese doppelte Ladenpreismoral läßt sich nicht dadurch rechtfertigen, daß andere Berufsstände sich ihrer in Form des Sonderrabatts gleichfalls bedienen. In Nr. 100 des Börsenblatts vom vorigen Jahre haben wir die Enquete des Vorstandes des Börsenvereins veröffentlicht, aus der hervorgeht, wie die berufenen Vertretungen des Handels über die Frage des Sonderrabatts denken. Die dort angegebenen Zahlen ergänzend, stellt sich das Ergebnis dieser Untersuchung heute so, daß von den befragten 142 Handelskammern 105 Antworten eingegangen sind. Davon erklärten sich — z. T. in den schroffsten Ausdrücken — 73 gegen jeden Sonderrabatt, 21 haben bisher noch keine Stellung zu der Frage genommen, während der Rest Mißstände nicht beobachtet oder »kein Interesse« an der Frage hat. Nicht eine einzige dieser berufenen Handelsvertretungen aber hat die Notwendigkeit eines Sonderrabatts nachzuweisen oder gar das

Recht auf die Bevorzugung einzelner Käuferkreise zu verteidigen gesucht. Daß die Mittelstandsvereinigungen dem Sonderrabatt eine die Grundlagen jedes reellen Geschäfts zerstörende Wirkung beimessen, ist bei der Tendenz dieser Vereine selbstverständlich, daß aber auch die von dem Verband der Berliner Spezialgeschäfte im Oktober 1911 einberufene Konferenz, an der sich zahlreiche große über ganz Deutschland verbreitete Verbände beteiligten, sich für die möglichst radikale Beseitigung irgendwelcher Sonderrabatte ausgesprochen hat, dürfte doch vielen zu denken geben, jenen vor allem, die über dem Heute das Morgen nicht vergessen und wissen, wie leicht die Regel zur Ausnahme werden kann.

Noch charakteristischer für die Beurteilung des doppelten Ladenpreises erscheint uns das vom Reichsgericht bestätigte Urteil des Oberlandesgerichts Dresden, das sich im Januar dieses Jahres mit dem »Rechte« des Sonderrabatts zu befassen hatte. Obwohl dieses Gericht in der Bevorzugung einzelner Käuferkreise weder einen Verstoß gegen die guten Sitten noch gegen das Wettbewerbsgesetz zu erblicken vermag, ja im Gegenteil in der Preisunterbietung »ein wirtschaftlich erfreuliches Mittel zur Bekämpfung der schädlichen Preiserstarrung« erkennt, charakterisiert es in demselben Urteil diese Manipulation so treffend, daß man sich fragt, warum es dann nicht die Konsequenzen seiner Erkenntnis im Sinne der Auffassung anständiger Geschäftspraxis gezogen hat. Denn wenn auch den Alten Merkur sowohl als Gott der Spitzbuben wie der Kaufleute galt, so erhebt doch unsere Geschäftswelt den Anspruch auf Treu und Glauben und gute Sitten, auch wenn sie ihr nicht direkt durch das Gesetz vorgeschrieben wären. Ein Recht der Käufer auf gleichmäßige Behandlung bei der Preisbemessung, heißt es in der Urteilsbegründung, bestehe um so weniger, als wohl jeder von diesen in der Lage sei, sich einer Vereinigung anzuschließen, die solche Vergünstigungen genieße. Was heißt das anders, als daß der Sonderrabatt in einem solchen Falle lediglich eine Farce ist, deren Kosten bloß die Dummen tragen, die sich einer solchen »Vereinigung« nicht anschließen?

Zum Glück, möchte man fast sagen, hat aber die Sache auch eine unangenehme Seite für die Spekulanten in Preisdifferenzierungen, und mehr noch — um auf buchhändlerische Verhältnisse zurückzukommen — als die Rücksicht auf das Sortiment sollte das eigene Interesse den Verleger zu einer Einschränkung in der Festsetzung von Ausnahmepreisen veranlassen, zumal andere Berufe immer mehr zu einer strafferen Organisation übergehen und sich freudig der errungenen Vorteile bewußt werden. Die Barbieri und Friseure haben Einheitspreise festgesetzt, die Bierhändler und Wirte, unterstützt von den Brauereien, die Zugabeflaschen in Wegfall gebracht, die Milchhändler haben gemeinsam ihre Existenz verbessert, und selbst die Bäcker erklären sich heute einig in der Abschaffung der Zugaben, Rabattmarken und Neujahrs Geschenke. Nur der Buchhandel scheint sich nach rückwärts zu bewegen, da es im Grunde genommen kaum einen Unterschied bedeutet, ob die Sortimenter oder die Verleger schleudern. Angeblich vermag der Verlag keine Notwendigkeit zur Bildung eines großen starken Sortimentervereins anzuerkennen, während einzelne Verleger alles tun, sie zu erweisen. Das zweifelhafte Glück aber, von dem wir sprachen, besteht darin, daß durch die doppelte Ladenpreismoral der Verlag nicht nur seinen Rückhalt am Sortiment verliert und dieses in seiner Stellung gegenüber dem Publikum schwächt, sondern auch der Vergenossenschaft, die manchem als das Ideal unserer Wirtschaftspolitik erscheint, goldene Brücken baut. Denn die Gründung der Vereinsbuchhandlungen ist zum guten Teil auf die Erkenntnis zurückzuführen, daß, wenn es den Verlegern möglich ist, an einen geschlossenen Interessententkreis