

Barmherzigkeit und von allen Seiten bombardiert. Dem heutigen Sortiment fehlt als Kunde »der Mann auf der Straße«, um einen bekannten englischen Ausdruck zu gebrauchen. Innerhalb und außerhalb des Weichbildes unserer großen Städte entstehen täglich neue Unternehmungen mit Hunderten und Tausenden gutbezahlter Angestellten, Bergwerke und Fabriken, Verwaltungsbehörden und Versicherungsgesellschaften; innerhalb eines Sommers entstehen ganze neue Stadtteile, in die sich nie der Markthelfer einer ortsansässigen Buchhandlung verirrt. Hier ist zweifellos, wir wollen nicht sagen viel versäumt worden, aber jedenfalls sind hier noch längst nicht alle geschäftlichen Möglichkeiten wahrgenommen und ausgenutzt worden. Es ist für den Buchhandel von gar nicht zu unterschätzender Bedeutung, ob es ihm gelingt, hier eine Fühlung herzustellen. Welche Wege gibt es zu diesem Ziele? Die Praxis zeigt sie uns: Kolportage und Reisegeschäft. Der Standpunkt des besonnenen Sortimenters zu diesen Geschäftsbetrieben war bisher etwa folgender: Einmal sind sowohl Kolportage und Reisegeschäft so besonders eigenartige und schwierige Geschäftszweige, daß sie von dem Sortimenter nicht nebenher betrieben werden können. Sie erfordern eine vom sonstigen buchhändlerischen Sortimentbetrieb so völlig verschiedene Kalkulation und Organisation, daß eine Vereinigung dieser Betriebe nur in den seltensten Fällen zum Erfolge führt. Die Praxis hat dieser Erwägung durchaus rechtgegeben. Die meisten Sortimente haben wohl ein oder mehrere Male einen Anlauf genommen, Kolportage und Reisegeschäft ihren Betrieben anzugliedern. Das Resultat waren in den meisten Fällen Verluste und Enttäuschungen. Schließlich werden mit einigem Recht moralische Bedenken gegen diese Betriebe geltend gemacht. Der Begriff der Schundliteratur steht in engem Zusammenhang mit dem Kolportagebetrieb, und bei den Reisegeschäften denkt man unwillkürlich an Eigentumsvorbehalte und ihre unerwünschten, aber häufigen gerichtlichen Nachwirkungen.

Es muß aber gesagt werden, daß sich hier bedeutungsvolle Wandlungen zum Teil schon vollzogen haben, zum Teil noch vollziehen. Richtig ist, daß sowohl Kolportage wie Reisebuchhandel als reine Erwerbzbetriebe, unangekränkt von philanthropischen Nebenzielen betrieben werden. Aber es ist natürlich ein hanebüchener Unsinn, wenn man glaubt, der Kolportagebuchhändler vertreibt mit besonderer Vorliebe Schundliteratur. Er vertreibt, was geht. Die ganze Bewegung gegen die Schundliteratur war — nebenbei bemerkt — gegenstandslos von der Zeit an, wo sie breitere Kreise erfaßte. Die Schundliteratur ist längst ersetzt durch den Kinematographen. Heute verjagt der Junge, der früher Nic Carter verschlang, seine Groschen im Kientopp, der ihm sogar die Mühe des Lesens abnimmt. Und der Kolportagebuchhändler kehrt zu seinen Mode- und Familienzeitschriften zurück, neben denen übrigens die Zehnspennigromane niemals die Rolle gespielt haben, die sie nach den lächerlichen Millionenrechnungen der nicht immer sachkundigen Vorkämpfer gegen Schund und Schmutz gespielt haben sollen.

Eine ähnliche Wandlung vollzieht sich im Reisebuchhandel. Die Reisegeschäfte werden mehr und mehr zu Abzahlungsgeschäften, bei denen das große Heer der minderbemittelten, meist »Festbesoldeten« seinen Bücherbedarf deckt. Man kann sich dieser Tatsache freuen, muß aber zugeben, daß Kolportage und Reisegeschäft in ihren neuen Formen wesentlich gefährlicher sind für das reguläre Sortiment als früher. Solange der Kolporteur in der Hauptsache mit Literaturerzeugnissen haufierte, die die Bordertreppen scheuten, und solange das Reisegeschäft sich nur damit befaßte, möglichst viele der sogenannten »Reisewerke« unterzubringen, ohne Rücksicht darauf, ob der mit allen Mitteln überredete Käufer Geld und Verwendung dafür hatte, so lange waren beide Betriebe dem Sorti-

ment nicht eigentlich gefährlich. Sie werden es erst von dem Augenblick an, wo der Kolporteur auch für den Familienbedarf sorgt, und der Reisende, ohne auf Erteilung bestimmter hoher Aufträge zu drücken, vor allem eine Geschäftsverbindung anzuknüpfen sucht. Wer die Augen offen hält, ist sich klar darüber, daß hier dem Sortiment in der Tat ernste Gefahr droht. Die Fortsetzungen der alten Firmen auf Familien- und Modezeitungen schwinden unaufhaltsam dahin, und die Sortimenterklagen über schlechten Absatz, obwohl Volks-, Mittel- und Hochschulen beständig an Zahl und Teilnehmern zunehmen. Die Vertreter der Reisefirmen arbeiten ganze Städte, ganze Schüler- und Studentenschaften durch, und diese bisher dem Sortiment sicheren Kunden gehen ihm mit Haut und Haaren verloren, da der Reisebuchhandel genau so jedes Buch liefert wie das Sortiment. Ist genug wird ein Pimp nebenher noch beim ansässigen Sortimenter angelegt, der warten muß, weil die Raten an die Reisefirma alle verfügbaren Mittel in Anspruch nehmen. Die ungeheuren Umsätze, die gerade nach der neuen Methode erzielt werden, sind keinem Kundigen verborgen; am schlimmsten wiegt dabei die Tatsache, daß der Kunde des Reisegeschäfts nunmehr für die Dauer seines Lebens so gut wie verloren für den ansässigen Sortimenter ist.

Wenn wir uns die Frage vorlegen, wie dem zu begegnen sei, so müssen wir uns zuerst darüber klar werden, welchen Eigenschaften der Reisebuchhandel seine Erfolge verdankt. Es ist dies einmal der Reisende und dann der Kredit in Verbindung mit der Rate, oder, wie eine besonders taktvolle Firma sich ausdrückt: die langfristige Amortisation. Beides sind Mittel, die — darüber kann kein Zweifel bestehen — dem Sortiment in der Regel versagt sind. Der Verkehr mit den Reisenden sowohl wie der durchschnittlich zweijährige Kredit und die Überwachung der Ratenzahlungen erfordern einen völlig gesonderten Betrieb. Diesen Betrieb aber können sich nur sehr wenige Sortimentereinrichtungen. So ist in der Tat der Sortimenter oft genug genötigt, Geschäfte, die ihm auf Grund der Bedingungen der Reisegeschäfte angetragen werden, auszusagen, weil er sich dem Risiko nicht unterziehen kann. Schließlich erfordert das Reisegeschäft, wenn es lohnen soll, einen ziemlich beträchtlichen Umfang, denn allein bei einem solchen findet ein Ausgleich der bedeutenden Verluste statt. Was kann hier also geschehen? Die Antwort ist im Grunde sehr einfach; sie lautet: Gründung von genossenschaftlichen Reisebuchhandlungen. Nehmen wir an, daß die ansässigen Buchhändler einer größeren Stadt sich zu diesem Zweck zusammenschließen, so spricht alle Wahrscheinlichkeit für ein Gedeihen einer solchen Gründung. Daß hier von einer Überfüllung durch die Konkurrenz nicht gesprochen werden kann, ist ganz klar; es gibt da noch unbegrenzte Möglichkeiten. Mit dem Augenblick der Gründung einer solchen Reisebuchhandlung sind aber die ansässigen Buchhändler mit einem Schlage jeder Konkurrenz überlegen. Aus vielen Gründen. Einmal verfügt diese neue Reisefirma über einen erheblichen Kredit durch den Garantiefonds der Genossen. Sie verfügt von vornherein über eine Anzahl von ortskundigen, angesehenen und wohlbekannten Agenten, nämlich die Buchhandlungen, die ihre Gründer und Inhaber sind. Die Regelung der Beziehungen ist sehr wohl so denkbar, daß der Buchhändler und Genosse berechtigt ist, jeden Auftrag der Genossenschaftsbuchhandlung zu überweisen. Er vermag also in Zukunft durchaus mit der Praxis der Reisegeschäfte zu konkurrieren, was bisher aus den oben schon dargelegten Gründen durchaus nicht immer der Fall war. Für die überwiesenen Aufträge wird dem betreffenden Sortimenter die Provisionsgebühr gutgeschrieben, die sonst der Reisende erhält. Außerdem nimmt er natürlich am allgemeinen Geschäftsgewinne nach Maßgabe seines Anteils an der Hafungssumme teil. Die Genossenschaftsbuchhandlung wird