

über die allgemeinen Beziehungen des Verlags zum Sortiment, darüber, wer von diesem als regulärer Betrieb anzusehen ist und infolgedessen auf den allgemein festgesetzten Rabatt Anspruch erheben kann. Dafür ist jetzt in dem vom Börsenverein herausgegebenen Adreßbuch eine Grundlage geschaffen worden, und die Voraussetzungen, die für die Aufnahme neuer Firmen gelten, sind so bescheidener Natur, die Prüfung eine so gewissenhafte, daß die nicht einwandfrei begründete Zurückweisung einer Firma so gut wie ausgeschlossen ist.

Was als Buchhandlungsbetrieb angesehen werden kann, ist in diesem Adreßbuch, dessen 75. Jahrgang soeben zur Ausgabe gelangte, aufgenommen — was darüber hinausliegt, kann nur für denjenigen Interesse haben, der entweder ein Kolonialwarengeschäft nicht von einer Buchhandlung unterscheiden kann oder der mit seinen Vertriebsmanipulationen über den Kreis des Buchhandels hinausgehen zu müssen glaubt. So mögen für den einzelnen Verleger populärer Artikel eine Reihe kleiner Kolportagefirmen, Reisebuchhandlungen, Spezial- und Versandgeschäfte usw., die sich auf ganz bestimmte Artikel beschränken, noch in Frage kommen: für die Gesamtheit sind die außerhalb des Adreßbuchs stehenden Betriebe ohne Belang, nicht als Buchhandlungen anzusprechen und infolgedessen auch nicht rabattberechtigt im Sinne der in das Adreßbuch aufgenommenen Firmen. Sie dienen bestenfalls den Interessen einzelner Verleger, für den Vertrieb der übrigen machen sie keinen Finger krumm, sondern führen lediglich die Bestellungen aus, die ihnen ins Haus gebracht werden. Sie haben infolgedessen auch keinen Anspruch auf den regulären Buchhändler Rabatt, sondern höchstens auf eine im Verhältnis zu ihrer Tätigkeit bestehende Vermittlerprovision. Der Verlag kann gar kein Interesse daran haben, alle möglichen Verkaufsstellen für Bücher auf seine Kosten zu unterhalten und das Sortiment dadurch zu schwächen, sondern muß im Gegenteil versuchen, sie einzuschränken und den Gewinn den Vertriebsstellen zukommen zu lassen, deren Wohl auch sein Wohl ist. Damit erfüllt er nicht nur eine Pflicht gegen sich selbst und das Sortiment, sondern trägt auch an seinem Teile zu einem gerechteren Ausgleich zwischen Arbeit und Entlohnung im Buchhandel bei. Wenn der Zeitschriftenverlag und einzelne Verleger populärer Literatur diese irregulären Betriebe nicht entbehren können, so ist es nur billig, daß sie von ihnen auch bezahlt werden. Die Gesamtheit der Verleger aber kann an ihrer Existenz schon deshalb kein Interesse haben, weil viele der von ihnen vertriebenen Literaturerzeugnisse kaum als kulturfördernd angesehen werden können.

Damit ist auch der Weg gewiesen, auf dem die Lösung der Frage liegt, soweit sie Aufgabe des Börsenvereins ist. Als ein Fachverein auf genossenschaftlicher Grundlage wird er beherrscht von dem Gedanken der Zusammengehörigkeit aller derer, die sich als Hersteller, Verbreiter oder Vermittler mit Gegenständen des Buchhandels befassen, also Verlags-, Zeitungsverlags-, Kommissions- und Sortimentsbuchhändler, Antiquare, Kunst-, Landkarten-, Musikalienhändler, Reisebuchhändler und Kolportagebuchhändler. Seine Aufgabe ist, wie die Statuten besagen, die Pflege und Förderung des Wohles des deutschen Buchhandels und seiner Angehörigen im weitesten Umfange. Auch wenn man diesen Umfang noch so weit faßt, wird man zu diesen Angehörigen nicht diejenigen rechnen dürfen, die wir von der Aufnahme in das Buchhändler-Adreßbuch ausschließen, weil sie nicht einmal den dafür vorgesehenen bescheidenen Ansprüchen genügen. Der Börsenverein hat infolgedessen auch weder das Recht noch die Pflicht, das Wohl dieser dem von ihm vertretenen Berufe nicht angehörenden Elemente zu fördern, nachdem er durch die

Ausschließung aus dem Adreßbuch zu erkennen gegeben hat, daß er keine berufliche Gemeinschaft mit ihnen haben will. Andererseits aber kann bei den widerstreitenden Interessen der Verleger und der Verschiedenartigkeit der von ihnen propagierten Literatur seine Aufgabe nicht darin liegen, die Verleger in solchen Manipulationen zu beschränken, die, unter Wahrung seiner Ordnungen, auf eine möglichst weitgehende Verbreitung ihrer Verlagsartikel gerichtet sind, da eine derartige Auffassung nur zur Folge haben würde, die auf den Absatz außerhalb des regulären Buchhandels angewiesenen Verleger aus dem Börsenverein herauszutreiben. Damit wäre weder den Interessen des Vereins, noch denen des Sortiments gedient, das in vielen Fällen an dem Vertrieb und Absatz der hier hauptsächlich in Frage kommenden populären Literatur — Bücher und Zeitschriften — gar kein Interesse hat.

Sobald nun feststeht, daß der Verkehr mit Wiederverkäufern für eine Reihe von Verlegern eine wirtschaftliche Notwendigkeit bedeutet, hat der Börsenverein auch die Pflicht, diesen Verhältnissen Rechnung zu tragen, soweit sich das ohne Schaden für die Gesamtheit erreichen läßt. Das ist auch bereits dadurch geschehen, daß in der Verkaufsordnung neben dem Buchhändler auch der Wiederverkäufer berücksichtigt worden ist. Und wenn es an einer klaren Definition dieses Begriffes bisher auch gefehlt hat, so kann es doch keinem Zweifel unterliegen, daß man sie einerseits zwar dem Buchhändler nicht gleichgestellt wissen will — da ihre besondere Aufführung ja sonst widersinnig wäre —, andererseits aber ihnen ein Recht auf Rabatt zugestehet. In welchem Umfange, ist dem einzelnen Verleger überlassen, soweit er nicht durch beschränkende Verkaufsbestimmungen der Kreis- und Ortsvereine in dieser Richtung gebunden ist. Völlig freie Hand — nicht nach dem geltenden Recht, wohl aber in der Praxis — hat eigentlich nur der Grossist, der ohne Rücksicht auf diese Bestimmungen nicht nur dem Begriff des Wiederverkäufers jede ihm genehme Auslegung gibt, sondern auch den Rabatt nach seinem Ermessen festsetzt.

Diese Verhältnisse, auf die noch näher eingegangen werden muß, schon weil sie die ganze Frage ins Rollen gebracht haben, sind so eng mit dem Wesen der buchhändlerischen Organisation verbunden, daß sie erst aus ihr heraus völlig begriffen werden können. Wie wäre es auch sonst verständlich, daß der Grossist ein viel weitergehendes Recht für sich in Anspruch nimmt, als der Verleger, daß er an Leute geliefert, an die dieser nicht oder doch nicht zu den Preisen wie der Grossist liefern darf und liefern würde, wenn ihm die Natur dieser Abnehmer bekannt wäre! Es kann dem Verleger nicht verwehrt werden, seine Verlagsartikel an ihm geeignet erscheinende Wiederverkäufer unter Beobachtung der Ordnungen des Börsenvereins abzugeben, und es muß ihm weiter auch überlassen bleiben, zu welchen Rabattsätzen diese Lieferungen erfolgen. Wenn er mit ungeeigneten Artikeln den Versuch macht, so hat er selbst den Schaden davon. Denn so wenig man die Wiederverkäuferfrage unterschätzen soll, so wenig darf man sie überschätzen. Wie sich nur eine im Verhältnis zur Gesamtproduktion geringe Zahl von Werken zum Vertrieb durch den Reisebuchhandel eignet, wenn nicht die Spesen den Gewinn übersteigen sollen, so ist auch die Einbeziehung der Wiederverkäufer in den Vertrieb ein zweischneidiges Schwert, das sich leicht gegen den lehnen kann, der unvorsichtig damit umgeht. Die goldenen Berge, die der Reisebuchhandel den Verlegern versprach, haben sich in fast ebensovielen Schutthaufen verwandelt, aus denen nichts als die Erkenntnis erwuchs, daß die ihm gebrachten Opfer weit besser im Interesse der Beziehungen der Verleger zum Sortiment angewandt gewesen wären. Ähnlich werden auch die Erfahrungen mit den direkten Lieferungen zu Vorzugspreisen an Vereine, Gesellschaften usw. sein, wenn man