

benutzen, um die Aufmerksamkeit des Publikums dem Buche zuzuwenden. Damit ist aber zugleich der Redaktion einer Fachzeitschrift der Weg gewiesen, auf dem ihre Pflichten liegen: den Berufsgenossen die Waffen im Kampfe ums Dasein schmieden zu helfen und in ihnen das Bewußtsein wachzuhalten, daß ihr Wohl und Wehe aufs engste mit dem ihrer beruflichen Organisation verbunden ist. Denn wie in Zeiten des wirtschaftlichen Aufschwungs das Geschäft des Einzelnen mit emporgetragen wird, so hat auch jeder Berufsgenosse Anteil an den Erfolgen seiner Organisation, von deren Ansehen auch sein Ansehen in der Öffentlichkeit abhängt. Nicht anders ist es um das Verhältnis zu seinem Fachblatt bestellt, dessen Charakter — namentlich wenn es sich um ein täglich erscheinendes Blatt handelt — nicht so sehr von der Redaktion als von den Lesern bestimmt wird, so daß man von ihm das selbe wie von der Regierung sagen kann: es ist so gut oder schlecht, wie man es sich selbst schafft.

Neuzeitlicher Sortimentbetrieb.*)

Von Hans Hef, Hamburg.

Die überaus unbefriedigende wirtschaftliche Lage, in der sich der deutsche Sortimentbuchhandel andauernd befindet, muß jeden Buchhändler, der seinen Beruf liebt, mit Betrübnis und Sorge erfüllen. Ein Beruf, der von seinen Angehörigen nicht allein alle praktischen Fähigkeiten des Kaufmannes, sondern auch ein hohes Maß von Verständnis für die geistigen Güter, persönliche Kultur und Hingabe verlangt, leidet seit Jahrzehnten unter einem wirtschaftlichen Druck, dessen trostlose Folgen das Fortbestehen eines gebildeten Sortimenterstandes ernstlich gefährden. Gewiß haben wir es hier zum Teil mit allgemeinen Erscheinungen des Wirtschaftslebens zu tun, die nicht unsern Beruf allein treffen. Wenn aber eine so festgefügte Organisation, wie sie der deutsche Buchhandel besitzt, nicht vermag, dieser wirtschaftlichen Krisis mit Erfolg zu begegnen, so können die tieferen Ursachen nur bei diesem selbst zu suchen sein. Und im letzten Grunde ist ja der gegenwärtige Zustand auch nur eine Folge der jahrzehntelangen Resignation, mit der sich der deutsche Sortimentbuchhandel in die immer schwieriger werdenden Verhältnisse zu finden bemüht war. Daß »viel Arbeit und wenig Gewinn« notwendig zum Sortimenterberuf gehören, finden ja noch heute viele ganz natürlich, diejenigen vielleicht ausgenommen, die inzwischen zu der Überzeugung gekommen sind, daß mit ihrer mühevollen Arbeit — überhaupt kein Gewinn verbunden ist.

Anzeichen sprechen indes dafür, daß wir endlich begonnen haben, uns auf die Forderungen der Zeit und der eigenen Existenz zu besinnen. In den führenden Kreisen des Gesamtbuchhandels beschäftigt man sich mehr als je mit der Frage, wie eine Gesundung der Verhältnisse herbeigeführt werden könnte. Die Überzeugung, daß das Sortimentgeschäft bei den herrschenden wirtschaftlichen Zuständen nicht rentabel zu erhalten ist, wird immer allgemeiner und gibt sich in zahllosen Äußerungen kund. Weniger Klarheit scheint allerdings über die Mittel und Wege zu herrschen, die zu einer nachhaltigen Besserung der Verhältnisse zu führen vermöchten. Wir können weder die Frage des Minimal-

rabatts mit einem Schlage nach unseren Wünschen regeln, noch die Konkurrenz der Kleinbetriebe oder jene der rein kaufmännisch betriebenen buchhändlerischen Unternehmungen verhindern. Wir müssen uns daher die Frage vorlegen: Ist unser Geschäftsbetrieb so zweckmäßig organisiert, daß wir unsere überlegene Leistungsfähigkeit jenen Unternehmungen gegenüber wirksam zur Geltung bringen können? Kommen wir unserer Aufgabe, der Vermittlung zwischen Verlag und Publikum, in rationeller, dem Zeitbedürfnis entsprechender Weise nach? Die Antwort wird in sehr vielen Fällen verneinend lauten müssen. Die Umsätze der Warenhaus-, Reise- und Versandbuchhandlungen und die beständige Zunahme dieser Konkurrenz, die den Sortimentsbuchhandel über kurz oder lang fast auszuschalten droht, bestätigen es zur Genüge. Ihre Erfolge sind zum nicht geringen Teile nur darauf zurückzuführen, daß unser Betrieb nicht rationell genug arbeitet, um in diesem ungleichen Kampfe bestehen zu können.

Hierzu kommt aber noch ein weiteres. Der feste Ladenpreis entzieht dem Sortimenter die Möglichkeit, das Verhältnis zwischen Gewinn und Betriebskosten durch seine Preisstellung kaufmännisch selbst zu regeln. Er kann den Ausgleich nur herstellen durch Erzielung günstigerer Rabattsätze, die ihm aber zumeist erst bei reichlichem Absatz hinreichend geboten sind. Der rationelle Vertrieb ist somit eine Rentabilitätsfrage für das Sortiment. Muß es da nicht unsere wichtigste Aufgabe sein, das Geschäft so zu organisieren, daß dabei auf den systematischen Vertrieb der Erscheinungen der größte Nachdruck gelegt wird? Ob dies gegenwärtig in der Mehrzahl der Sortimentgeschäfte der Fall ist, bleibe hier unerörtert. Wir können nur wieder die Tatsache hinstellen, daß dem Sortiment immer mehr Absatzgebiete entzogen zu werden drohen.

Man darf nicht sagen, daß es einzig das Kapital der Großbetriebe ist, welches uns in Nachteil gegen jene Unternehmungen setzt, wie man ebensowenig der Kleinkonkurrenz zu viel Bedeutung beimessen kann, ohne in beiden Fällen die Überlegenheit des gebildeten Sortimenters über jene sehr zu unterschätzen. Auch liegen die Dinge keineswegs so, daß wir bei der Mehrzahl der Erscheinungen nur auf den Minimalrabatt beschränkt wären. Gewiß mögen in jedem einzelnen Falle, wo ein Geschäft nicht rentabel genug ist, auch andere Gründe mitsprechen und je nach den Verhältnissen stärker in die Waagschale fallen. Wenn wir aber diese zu ändern nicht die Macht haben, wäre es nicht möglich, wenigstens da Hand anzulegen, wo wir es jederzeit mit Aussicht auf Erfolg selbst tun können, an der Organisation des eigenen Betriebs? Diesen rationeller und einfacher zu gestalten, ihm dadurch erhöhte Leistungsfähigkeit und Rentabilität zu geben, wäre gewiß ein Ziel, eines praktischen Versuches wert!

Individuelle und formale Arbeit.

Wir gehen von der in den Verhältnissen und in der Eigenart des Buches begründeten Tatsache aus, daß das Sortiment sich nur durch rationellen Vertrieb wirtschaftlich behaupten kann. Wie aber sieht es mit diesem in der Wirklichkeit aus? Die geschäftsmäßigen Arbeiten des Sortiments, wie sie der persönliche Charakter des Buches, die Menge der Erscheinungen und das Kommissionsystem mit sich bringen, nehmen unsere Arbeitskraft fast unausgesetzt so in Anspruch, daß die Vertriebstätigkeit darunter notwendig leiden muß. Für rationellen Vertrieb, Propaganda, für persönliches Auffuchen der Kundschaft haben wir häufig viel weniger Zeit übrig, als für Abrechnungs- und Buchungsarbeiten. Und gerade die fähigsten Kräfte unseres Betriebs sind es, die hierdurch oft wochen- und monatelang von ihrer Hauptaufgabe ferngehalten werden. Ist diese Organisation der Arbeit eine zweckmäßige? Wir können die Grundlagen des buchhändlerischen Vertriebs- und Abrechnungswesens nicht umgestalten, wir können auch die Arbeitskräfte unseres Betriebs nicht vermehren. Auf der andern Seite aber fordert die Zeit gebieterisch ihr Recht. Sie verlangt von uns stärkere Entfaltung der Vertriebstätigkeit. Wie können wir dieser Forderung gerecht werden, ohne die Eigenart des Sortimentgeschäftes aufzugeben? Hier bietet sich nur ein Ausweg: Arbeitsteilung und Vereinfachung des formalen Geschäftsbetriebs!

*) Die nachstehenden Ausführungen, dem Manuskript einer größeren Arbeit des Verfassers über dieses Thema entnommen, sollen Veranlassung zu weiteren Vorschlägen und Anregungen aus dem Leserkreise bieten. Die Redaktion stellt daher die hier aufgeworfenen Fragen zur Diskussion und macht namentlich auf den Vorschlag aufmerksam, jedes Buch mit einer Signatur zu versehen, durch die sowohl seine Stellung im Lager des Sortimenters als auch seine Beziehung zu einem bestimmten Interessentenkreis zum Ausdruck gebracht werden soll. Dadurch wird der Gedanke nahegelegt, ob es sich nicht empfehlen würde, diese Signatur von vornherein jedem Buche bei seiner Aufnahme in das Verzeichnis der »Erschienenen Neuigkeiten des deutschen Buchhandels« — etwa unter Zugrundelegung der systematischen Einteilung in den Hinrichsschen Katalogen — beizufügen, aus der auch der flüchtige oder ungeschulte Leser sofort die Natur des betreffenden Buches und seine Zugehörigkeit zu einem bestimmten Wissensgebiet erkennt. Jedenfalls erscheinen uns die Anregungen wertvoll genug, um den Wunsch des Verfassers nach einer Aussprache darüber der Berücksichtigung der Leser zu empfehlen.