



# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. Für Mitglieder des Börsenvereins ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag eingeschlossen, weitere Exemplare zum eigenen Gebrauch kosten je 30 Mark jährlich frei Geschäftsstelle oder 36 Mark bei Postüberweisung innerhalb des Deutschen Reiches. Nichtmitglieder im Deutschen Reich zahlen für jedes Exemplar 30 Mark bez. 36 Mark jährlich. Nach dem Ausland erfolgt Lieferung über Leipzig oder durch Kreuzband, an Nichtmitglieder in diesem Falle gegen 5 Mark Zuschlag für jedes Exemplar.

Die ganze Seite umfaßt 360 viergespalt. Pettizeilen, die Zeile oder deren Raum kostet 30 Pf. Bei eigenen Anzeigen zahlen Mitglieder für die Zeile 10 Pf., für  $\frac{1}{2}$ , S. 32 M., statt 36 M., für  $\frac{1}{4}$ , S. 17 M., statt 18 M. Stellengesuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Pettizeile oder deren Raum 15 Pf.,  $\frac{1}{4}$ , S. 13.50 M.,  $\frac{1}{2}$ , S. 26 M.,  $\frac{1}{8}$ , S. 50 M.; für Nichtmitglieder 40 Pf., 32 M., 60 M., 100 M. — Beilagen werden nicht angenommen. — Beiderseitiger Erfüllungsort ist Leipzig

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 14.

Leipzig, Montag den 19. Januar 1914.

81. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Ueber die Preisschleuderei nicht angeschlossener Warenhäuser, den Einfluß dieser Schleuderei auf das reguläre Musiksortiment und Mittel zur Abhilfe.

Die nachstehenden Ausführungen des Globus-Verlags G. m. b. H. in Berlin stellen die Antwort auf ein Schreiben des Vorstandes des Börsenvereins dar, das er vor kurzem aus Anlaß einer Reihe von Schleudersfällen durch nichtangeschlossene Warenhäuser, durch die namentlich das Musiksortiment schwer geschädigt wird, an einige Musikalienverleger gerichtet hat. In diesem Schreiben erklärt der Vorstand, daß er, zur Abhilfe fest entschlossen, auf die tatkräftige Unterstützung des Musikalienverlags rechne, zunächst jedoch um Äußerungen darüber ersuche, wie nach Meinung der Adressaten die Schleuderei der Warenhäuser mit Musikalien am wirksamsten bekämpft werden könne.

Red.

Unserer Ansicht nach liegt kein Grund für den Musikalienhandel vor, in diesem Jahr besonders über die Konkurrenz der schleudernden Warenhäuser zu klagen. Im Gegenteil, die Zahl der schleudernden Warenhäuser verringert sich fortgesetzt, und die Zahl würde eine noch viel kleinere schon jetzt sein, wenn der Börsenverein resp. die Ortsvereine die Warenhäuser nicht als Parasit, der beseitigt werden muß, sondern als die im Geschäftsleben unvermeidliche Konkurrenz ansehen würden. Die schleudernden Warenhäuser führen meistens nur Bücher, mit 6 bis 8 Ausnahmen kommen sie für Musikalien kaum in Betracht, und die Preisunterbietung dieser wenigen schleudernden Warenhäuser halten wir daher nicht für die Ursache, daß der Musiksortimenter das Schlagartikel-Geschäft zum Teil verloren hat.

Es ist der Zug der Zeit, daß der Vertrieb der sogenannten »Schlager« heute genauso die Domäne des Warenhauses geworden ist, wie der Verkauf von Jugendschriften, Bilderbüchern und Klassikern, deren Absatz gegen früher sich ungeheuer gehoben hat, aber dem Buchhandel zum großen Teil entzogen ist, weil der Buchhandel ebenso wie der Musikalienhandel den Verkauf billiger Ausgaben abgelehnt hat. Auch wenn es keine schleudernden Warenhäuser mehr gibt, werden die anerkannten Warenhäuser dieses Feld beherrschen, nicht die Musiksortimenter.

Diese Tatsachen schaffen alle Beschlüsse nicht aus der Welt!!

Die Warenhäuser haben zur Verbreitung von Musikalien ungeheuer viel beigetragen, sie haben die bekannten gebundenen 3 M.-Albums geschaffen, von denen die heutigen 4 M.-Albums nur eine Folge sind; die Warenhäuser haben die billigen 45- und 20 3-Ausgaben eingeführt, und sie haben den Absatz der Schlager ganz enorm gehoben. Der Musiksortimenter hat sich gegen die billigen 3 M.-Albums und die 20 3-Sammlungen ablehnend verhalten, angeblich weil er nicht genügend daran verdient; er hat das Geschäft den Warenhäusern überlassen, das Publikum direkt gezwungen, dorthin zu gehen, und jetzt, nachdem die Albums eine immer größere Ausdehnung mit Riesenauslagen angenommen, die

100 000 schon überschreiten, nachdem auch die ersten Verleger mit 20 3-Ausgaben herauskommen, beklagt er sich, daß das Publikum nicht wieder zurückkehrt in seinen kleinen Laden mit dem oft wenig geschickt dekorierten, abends meist schlecht erleuchteten Schaufenster, das noch dazu mit Plakaten, Bildern, Postkarten usw. vollständig verdeckt wird, während in den Warenhäusern die Schlager reihenweise, die Albums in großen Stapeln ausliegen, und das Publikum durch diese geschickte Massendekoration, wie auch durch fleißiges Vorspielen der Neuheiten auf diese aufmerksam gemacht und zum Kauf angeregt wird.

Warum sollen denn die schleudernden Warenhäuser nur den Musiksortimenter schädigen, und nicht auch die sorgungstreuen Warenhäuser, die doch auch unter dieser Konkurrenz leiden müssen? Weil letztere eben, statt zu klagen und die Organisationen anzurufen, die ihnen doch nicht helfen können, sich selbst helfen, und durch ein gut sortiertes Lager, gute Bedienung, Heranschaffung von Restposten usw. zu herabgesetzten Preisen und häufiger Anzeige guter gangbarer Artikel das Publikum wieder von dem schleudernden Konkurrenten, der kein gut sortiertes Lager hat, an sich ziehen.

Dasselbe gelingt übrigens auch tüchtigen Musiksortimentern; z. B. gibt es in Hamburg mehrere schleudernde Warenhäuser, und trotzdem beherrscht die Firma Benjamin dort das ganze Musikaliengeschäft und merkt von der Schleuderei so gut wie nichts.

Unser Verlag wird von der Schleuderei gar nicht betroffen, obschon wir an alle Warenhäuser, ob angeschlossene oder nicht, alle unsere Verlagsartikel stets direkt geliefert haben. Alle unsere Verkaufspreise werden strikt eingehalten. Dabei haben wir nie einen Verpflichtungsschein unterschreiben lassen, nie Kautions verlangt und uns lediglich mit dem mündlichen oder schriftlichen Versprechen begnügt. Damit ist von uns der Beweis erbracht, daß der Verleger die Schleuderei inhibieren kann, ohne jemals den Schutz des Börsenvereins oder des Vereins der Deutschen Musikalienhändler in Anspruch genommen zu haben, wenn er nur will! Dieser Wille muß aber vor allem da sein!

Wir werden nun nach den Mitteln gefragt, der Schleuderei zu begegnen, und antworten: Durch Unterbindung der Bezugsquellen und durch Bemühungen, die wenigen schleudernden Warenhäuser zum Anschluß zu bewegen.

Die Bezugsquellen sind a) der Verleger, b) der Großist (Warensortimenter).

a) Im allgemeinen muß der Verleger in der Lage sein, Vorkehrungen zu treffen, die eine Kontrolle möglich machen, z. B. durch Numerierung der Exemplare. Wir haben z. B. als wir Schleuderei befürchteten, vorgebeugt und ließen ca. 50 000 Wagner-Albums fortlaufend numerieren. Es tauchten auch in Leipzig in einem Warenhaus und bei zwei Sortimentern Exemplare auf, bei denen man die Nummern forttradiert hatte. Es ließ sich dennoch feststellen, daß die Exemplare von Volkmar, Koehler und Breitkopf & Härtel von einer Berliner Firma bezogen worden sind, diese Firma changiert sie — in Folge zu großem Einkaufs — mit einem Leipziger Ramscher, und dieser brachte die Exemplare an jene drei Firmen. Als uns dies gemeldet wurde, fuhren wir sofort nach Leipzig: bei dem einen Buchhändler waren die Exemplare schon verkauft — der zweite mußte sie aus dem Fenster nehmen, da wir ihm sonst Anzeige beim Börsenverein in Aussicht