

auch ohne Anerkennung seiner Firma — und brachte nun große ganzseitige Anzeigen mit Schleuderpreisen heraus. Wollte man ihn nicht anerkennen, so wollte er wenigstens als Schleuderer bekannt sein. Er hatte mit seinen Anzeigen großen Erfolg, machte sich mit seinen billigen Preisen sehr bekannt und führte sich glänzend ein. Nun merkten die Herren vom Buch- und Musikalienhandel recht fühlbar seine Konkurrenz und hatten Zeit, seine Abteilung auf standesgemäße Aufmachung hin zu prüfen. Sie hatten sicher wenig Freude an dem neuen Konkurrenten, nahmen ihn aber jetzt schleunigst auf, und der Warenhaus-Einkäufer konnte ganz zufrieden sein, daß man ihn zur Schleuderei gezwungen hatte: er hatte einen großen Umsatz gemacht und war als der billige Mann mit einem Schlage bekannt — dank der Kurzsichtigkeit seiner Konkurrenz.

Sollte dem Warenhaus diese sogenannte Kurzsichtigkeit seiner Konkurrenz wirklich so unangenehm gewesen sein, und haben nicht fast alle Warenhäuser in dieser Weise versucht, sich bekannt zu machen und die Kunden an sich zu ziehen?

Auch die Frage drängt sich hier auf, wer denn dem Görlitzer Warenhaus die großen Massen geliefert hat? — »Und ein Narr wartet auf Antwort!«

In einem sehr lesenswerten Artikel, den die Allgemeine Buchhändlerzeitung in Nr. 48 des 20. Jahrgangs vom 27. November 1913 unter dem Titel »Der Kampf gegen die Warenhäuser« bringt, wird mitgeteilt, daß das Kaufhaus Brühl in Leipzig am 16. November in den Leipziger Neuesten Nachrichten ein ganzseitiges Inserat veröffentlicht habe mit der Aufschrift: »Billiger Bücherverkauf«. Nachdem die Allgemeine Buchhändlerzeitung eine Anzahl dieser Angebote einzeln aufgeführt hat, fährt sie fort: »Das Schleuderangebot des Kaufhauses Brühl hat aber eine besondere Geschichte. Es ist dem Börsenvereins-Vorstand gelungen, dieses Warenhaus zum Anschluß an den Buchhandel zu bewegen. Der Anschluß wird aber erst am 1. Januar 1914 erfolgen. Diese Hinausschiebung begründete das Warenhaus mit den großen Bücherankäufen, die es bereits gemacht habe, und welche abzusetzen unmöglich sei, wenn die Ladenpreise des Buchhandels eingehalten werden sollten. Also benutzt das Warenhaus die kurze Galgenfrist, die ihm noch bis zu seinem Eingehen in den Schoß des Buchhandels gewährt ist oder vielmehr zwangsweise gewährt werden mußte, dazu, um den Buchhandel in empfindlichster Weise zu schädigen.«

Und wie ist in Berlin der Anfang des Kampfes gewesen, den der Buchhandel gegen die Warenhäuser zu führen gehabt hat? Es war das dem Globus-Verlag sehr nahestehende Warenhaus A. Wertheim, das kurz vor Weihnachten mit großen Inseraten die verschiedenen Zeitungen füllte, in denen es gerade die Brot- und Geschenkartikel dem Publikum zu Schleuderpreisen anbot.

Leider hat der Buchhandel geglaubt, den Kampf nicht fortführen zu sollen, vielleicht auch nicht fortführen zu können. Schon Montecucoli hat ja behauptet, daß drei Dinge zum Kriegsführen gehören: einmal Geld, und noch einmal Geld und zum drittenmal Geld. Daß diese drei Dinge bei den Warenhäusern als rein kapitalistischen Betrieben in erheblich größerem Umfang vorhanden sind, als bei dem mittelständlerischen Buchhandel, namentlich dem Sortiment, braucht nicht besonders betont zu werden. Aber ich halte es heute noch für ein Unglück, daß dem Warenhaus Eingang in den Buchhandel gewährt worden ist, und bin der festen Überzeugung, daß ein konsequentes Versagen regulärer Lieferung auch die Warenhäuser mürbe gemacht hätte, und daß sie sich, wie sie es früher getan haben, im großen und ganzen auf den Ramsch beschränkt hätten. Mein Warnruf ist ungehört verhallt. Das Berliner Sortiment, des Kampfes müde, stimmte in der ordentlichen Vereinsversammlung der Vereinigung für eine Zulassung der Warenhäuser zu den buchhändlerischen Bedingungen, und der Verlag gab freudig seinen Segen dazu. Hatte er doch nun die Möglichkeit, ein reguläres Geschäft mit den Warenhäusern zu machen, und waren es ja die Sortimenter selbst, die ihm dazu den Weg gebahnt hatten.

Wenn ich konsequent auf meinem Standpunkt stehen geblieben bin, so geschah dies aus der wirtschaftlichen Erwägung heraus, daß die Bedingungen der Warenhäuser und der Buchhandlungen durchaus ungleiche sind zum Nachteil des Buchhandels. Nur einige seien angeführt:

1. Das Warenhaus kann seine buchhändlerischen Betriebe in Räumen unterbringen, die für das Sortiment vollkommen unmöglich sind. Die Miete für die Räume stellt sich für das Warenhaus also verhältnismäßig erheblich niedriger als für das Sortiment.

2. Der starke Zulauf, den das Warenhaus hat, gibt ihm die Gelegenheit, die Bücher einem viel größeren Publikum vorzuführen, als dies beim Sortiment der Fall ist.

3. Der Sortimenter muß auf die ganze Kundschaft verzichten, die dem Warenhaus durch solche Personen zuwächst, die gar nicht um ein Buch zu kaufen, sondern um andere Waren zu erstehen, die Buchabteilung gelegentlich betreten und so zufällig ein Buch erwerben.

4. Die starke Überproduktion im Verlagsbuchhandel und die daraus hervorgehende Menge im Buchhandel nur schwer oder gar nicht verkäuflicher Artikel setzt das Warenhaus instand, verhältnismäßig neue Bücher zu ganz ungewöhnlich billigen Preisen dem Publikum anzubieten und es dadurch in den Glauben zu versetzen, daß auch alle übrigen Bücher im Warenhaus billiger zu haben sind, eine vielleicht nicht gewollte, aber doch tatsächliche Folge.\*)

5. Wo dieser Ramsch verfaßt, treten die Mietbibliotheken, die die Warenhäuser sich zugelegt haben, ein und ermöglichen, ein vor kurzer Zeit erschienenen Buch, dessen regulärer Preis nicht aufgehoben ist, ebenfalls zu billigem Preise dem Publikum anzubieten. Da in der letzten Ostermesse leider infolge Zurückweichens aller maßgebenden Faktoren vor den Drohungen der Mietbibliothek-Interessenten alles so gut wie beim alten geblieben, der Versuch, durch eine Karenzfrist Abhilfe zu schaffen, aufgegeben ist, können auch in dieser Beziehung die Warenhäuser ruhig sein.

Ob der Widerspruch der Mietbibliothek-Interessenten gegen die Karenzfrist sie nicht geradezu geschädigt und ihre Konkurrenzfähigkeit gegenüber den Warenhausbüchereien herabgesetzt hat, ist ebenfalls einer Erwägung wert. Auch hier sind die Bedingungen, unter denen die Warenhäuser arbeiten, erheblich günstiger, als die ihrer buchhändlerischen Mitbewerber. Würden die etlichen Abonnenten des Warenhauses täglich ihr Bibliotheksbuch umtauschen, so wäre dies einem riesigen Nutzen des Warenhauses gleichzuachten, der buchhändlerische Mitbewerber würde in gleichem Falle zugrunde gehen, da er den Andrang absolut nicht bewältigen könnte. Auch das Dienstmädchen, das, um ein Buch zu wechseln, das ganze Warenhaus durchwandeln muß, kauft gelegentlich dies und jenes, während von der gnädigen Frau, die tauscht, auch größere Ankäufe zu erwarten sind. Ohnehin sollen die Angestellten der Warenhausbibliotheken gehalten sein, dem Dienstpersonal zu sagen, daß »die gnädige Frau doch lieber selbst kommen solle!«

In keinem Fall kann aber die Rede davon sein, die Bedingungen, unter denen der Börsenverein Warenhäusern den Bezug buchhändlerischer Erzeugnisse zugänglich macht, abzuschwächen oder gar abzuschaffen.

Das Verhältnis, in dem Warenhaus und Buchhandel zueinander stehen, ist das eines Waffenstillstandes, und der Buchhandel muß und soll sein Pulver trocken halten. Man darf nie vergessen, daß es um nichts weniger als um die Existenz des Buchhandels geht!

Um das Schleudern der Warenhäuser zu unterbinden, macht der Artikel der Allgemeinen Buchhändlerzeitung, den ich schon oben angeführt habe, den Vorschlag dem § 16 der Verkaufsordnung folgende Ergänzung hinzuzufügen:

»Bücher, deren Ladenpreis der Verleger nicht aufgehoben hat, die aber von einem Warenhause unter dem Ladenpreise angeboten werden, dürfen von Sortimentern der Stadt, in welcher sich das unterbietende Warenhaus befindet, ebenfalls unter dem Ladenpreise verkauft werden.«

\*) Freilich hat es früher auch Ramsch gegeben, der aber den neuen Büchern keine so erhebliche Konkurrenz gemacht hat, wie es heute einmal durch die Überproduktion, dann durch die Warenhäuser geschieht, die ganze Auflagen ankaufen, während das frühere Grosso-Antiquariat die Massen unter viele Abnehmer verteilt hat.