



# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktätlich. 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. Petitzeilen, 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. Stellensuche werden mit 10 Pf. pro Zeile berechnet. — In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Petitzeile oder deren Raum 15 Pf.,  $\frac{1}{2}$  S. 13.50 M.,  $\frac{1}{4}$  S. 26 M.,  $\frac{1}{8}$  S. 50 M.; für Nichtmitglieder 40 Pf., 32 M., 60 M., 100 M. — Beilagen werden nicht angenommen. — Weideseitiger Erfüllungsort ist Leipzig.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 72.

Leipzig, Sonnabend den 28. März 1914.

81. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Weniger Sortimente für den Verlag, weniger Verlage für das Sortiment!

In nahezu allen Berichten über die Versammlungen der Kreis- und Ortsvereine vernimmt man Klagen über das wenig befriedigende Erträgnis der Sortimente sowohl als des Verlags. Gewiß sind daran die schlechten Zeiten mit schuld und wohl auch die im Publikum leider noch stark verbreitete Ansicht, daß Bücher ein Luxusartikel seien, ich glaube aber, daß im buchhändlerischen Verkehr sich manches daran verbessern ließe, und will versuchen, durch Aufklärung mit nachstehenden Ausführungen hierzu beizutragen. Wohl höre ich schon manchen meiner verehrten Herren Kollegen sagen, daß ich zur Abwechslung wieder ein anderes Steckenpferd reiten und die Kollegen in Atem halten wolle, ich kann aber schon im voraus darauf erwidern, daß es mir durchaus ernst mit meinen Vorschlägen ist.

Ich habe im verflossenen Jahr erstmals den Versuch gemacht, in einer Reihe von Groß- und Mittelstädten nur mit einer beschränkten Anzahl von Firmen zu arbeiten. Nicht berücksichtigt wurden solche Firmen, die mir auf Grund der Konten kein Interesse für meine Verlagswerte zu haben schienen, oder denen die in Betracht kommenden Käufer fehlen, oder die eine besondere Richtung verfolgen und so keinen Absatz für mich erhoffen lassen. Ebenso wurde mit Firmen verfahren, die zwar fortgesetzt bestellen, aber am Schluß des Jahres das Konto nahezu oder ausschließlich durch Remittenden und Disponenten ausgleichen, ein Zustand, der, durch jahrelange planlose bedingte Bestellungen hervorgerufen, dem Verleger und Sortimentler nur unnötige Kosten verursacht. Denjenigen Herren Kollegen hingegen, die sich mit mir in Verbindung setzten und z. T. nach meinen Vorschlägen eine intensive Tätigkeit entfalteten, wurden besonders günstige Bedingungen eingeräumt.

Benachteiligt kann sich dadurch niemand fühlen, denn auch der Sortimentler, dem infolge meiner Reklame eine Bestellung zufällt, erhält einen auskömmlichen Vorrabatt.

Mein Versuch hat sich glänzend bewährt. Eine ganze Anzahl von Firmen hat mir für mein Vorgehen gedankt, da der Erfolg auf der Hand lag, und da auch ich als Verleger nicht zu kurz dabei kam, so kann man ruhig behaupten, daß diese Geschäftspraxis für beide Teile profitlicher ist. Ich denke im laufenden Jahre nicht nur diesen Versuch festzuhalten, sondern ihn noch auf weitere Städte auszudehnen. Dadurch, daß das Sortiment mit weniger Verlegern arbeitet und seinen übrigen Bedarf durch das Barsortiment deckt, erwirkt es sich, obwohl der Rabatt wie schon bemerkt, auskömmlich ist, bei dem dort üblichen Vierteljahrskonto noch bessere Bedingungen, und ich als Verleger habe trotz Gewährung höheren Rabatts einen größeren Nutzen. Hat z. B. ein Sortiment an Jugendschriften einen Umsatz von 3000 M., so kann es einen höheren Gewinn erzielen, wenn es mit drei bis vier Verlegern arbeitet und damit bei den einzelnen Verlegern höheren Umsatz und bessere Bedingungen erreicht, als wenn es den Umsatz von 3000 M. auf acht bis zehn Verleger verteilt, ganz abgesehen von der Vereinfachung und Verbilligung des Bezugs. Auch darin erblicke ich einen Vorteil, daß das Publikum nicht in jedem Buchladen-Schauensfenster auf dieselben Bücher stößt, wie es zurzeit noch der Fall ist. Durch meine ständige Füh-

lung mit dem Sortiment gelangte ich zu der Überzeugung, daß beim Verkauf von Jugendschriften der Sortimentler es in 90 von 100 Fällen in der Hand hat, das zu verkaufen, was er empfiehlt. Das Sortiment ist auf diese Weise in der Lage, solche Verleger zu umgehen, die an Buchhändler mit gleichen oder gar besseren Bezugsbedingungen liefern, und diejenigen zu bevorzugen, die nur mit dem Buchhandel arbeiten. Die große Mehrzahl der Kollegen wird mit mir der Ansicht sein, daß es zu viele Sortimente gibt. Freilich werden einzelne Verleger, die die Versorgung des Sortiments weniger individuell behandeln können, eine weitere Vermehrung der Sortimente herbeiwünschen, was von ihrem Standpunkt aus begreiflich erscheint.

Durch die Selbstwahl seiner Verleger durch das Sortiment könnten solche Verleger, die wahllos an jeden Wiederverkäufer mit Buchhändlerabatt liefern, gezwungen werden, Nichtbuchhändlern nur mit gekürztem Rabatt zu liefern.

Mein Ziel ist demnach: Weniger Sortimente für den Verlag, weniger Verlage für das Sortiment! Die Verringerung der Arbeit und der Spesen wird für beide Teile zum Vorteil sein.

Mein Vorgehen ist, wie gesagt, nur ein Versuch. Irrten ist menschlich, und es ist möglich, daß mich Gegner dieser Ausführungen wieder zu anderer Ansicht bekehren, oder daß ich selbst mit der Zeit zur Überzeugung gelange, einen falschen Weg eingeschlagen zu haben. Wie es auch kommen mag, werde ich die Folgerungen daraus zu ziehen wissen; vorläufig hoffe ich aber das Richtige gefunden zu haben.

München. Georg W. Dietrich, Hofverleger.

### Aus dem dänischen Buchhandel.

II.

(I siehe Nr. 40.)

Todesfall. — Vereinsleben. — Jubiläum des Rings der Papierfabriken. — Die erste Bleistiftfabrik Skandinaviens. — Literarischer Namensdiebstahl straffrei? — »Was jede junge Gattin wissen muß.« — Gedenkfeier. — Bücherversteigerung. — Benzons Schriftstellerlegat. — Preisverteilung. — Altnordische Mythologie und klassische Dichtung im Film. — Bevorstehende Schul-Ausstellung. — Neues Konversations-Lexikon. — Neue Bücher.

Nach längerer Krankheit starb im Alter von 48 Jahren Christian Flor, Inhaber einer bekannten, mit der großen alten Jordanschen Leihbibliothek verbundenen Sortimentsbuchhandlung in Kopenhagen, die sich eines großen Umsatzes zu erfreuen hatte. Er war mit Leib und Seele Kaufmann, geriet aber gerade wegen seines ausgeprägten Geschäftsinnes mit seinen Kollegen öfters in Streit. Doch war er bei ihnen als angenehmer Gesellschafter und Verfasser zahlreicher Gelegenheitsgedichte und lustiger Revuen beliebt, beim großen Publikum wohl bekannt als Redakteur (seit 1899) des besten dänischen Wigblatts »Klods Hans«, für das er selbst viele Beiträge schrieb; sein Nachfolger auf diesem Posten wurde der Schriftsteller Harald Tandrup, dessen neue ungewöhnliche Erzählung »Det gamle Hus« (Gyldendal, 2.50 Kr.) von einem Hause handelt, in dem die Lebenden von den umher-schwebenden Geistern der Toten besessen sind. Flor's Gepflogen-