



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. 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. 11 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. — Beiderseitiger Erfüllungsort ist Leipzig

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 224.

Leipzig, Sonnabend den 26. September 1914.

81. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Feriengedanken eines Musiksortimenters.

Von Ernst Challier sen. (Siegen†.)

Im Traume arbeitet das Gehirn, freilich unkontrollierbar für seinen Besitzer, weiter. Sprunghaft zeitigt es Bilder, die oft gar nichts mit den Tagesfragen Gemeinsames haben. Manchmal ist es aber doch so, als ob es an nicht abgeschlossene Gedanken des Tages anknüpfen wollte und diese sogar ausführte, so daß die Redensart »Ich will mir das nochmal beschlafen« durchaus nichts Unlogisches an sich hat. Anders ist es mit den Feriengedanken, die sich ebensowohl einstellen können, wenn man freudig irgend einen schönen Punkt zur Kräftigung aufsucht, als auch wenn einem widrige Umstände, »Kriegswirren«, die Ferien geradezu aufzwingen.

Es soll ja Menschen geben, die mit dem Reisefack in der Hand alles Geschäftliche abgeschüttelt haben und in der Sommerfrische nichts mehr fürchten als Fachsimpelen. Ich gehöre nicht zu den Glücklichen, die den alten Adam so ganz ausziehen können. Ohne mir den Naturgenuß zu schmälern, ohne diese Fachsimpelen aufzusuchen, gehe ich ihnen doch nicht direkt aus dem Wege. Auch geschieht es, daß sich beim Betrachten der wunderbaren Naturschönheiten, der himmelhohen Berge, des endlosen Meeres meinen geistigen Augen die gewaltige, endlose Überproduktion im Musikverlage aufdrängt. Das erste bewundere ich wegen seiner ungeheuren Größe, das zweite wegen seiner großen Ungeheuerlichkeit. Bei solchen und ähnlichen Gelegenheiten sind meine Gedanken dann mitten im Beruf, und was sich mir da aufdrängte, will ich als Reisegebesent vor meinen Herren Kollegen hier ausbreiten und an sie verteilen. Ganz rasch streife ich dabei noch einmal die Überproduktion. Aber da noch niemals ernste Versuche erfolgt sind, sie einzuschränken, so beschränke ich mich darauf, die Maßnahmen der Musikverleger anzuführen, die ergriffen worden sind, um die Aufmerksamkeit der Sortimenters auf die verlegerischen Erzeugnisse zu lenken. Nachdem sich das ungeprüfte Versenden der Nova, sofort nach Erscheinen, als ein Stoß ins Leere erwiesen hatte, bot man diese Nova zu einem außergewöhnlich hohen Barabatt sofort nach Erscheinen an. Da auch dieses Verfahren den Erfolg nicht brachte, nicht bringen konnte, weil für das Neue, das die Verleger anboten, absolut kein Bedürfnis vorlag, so versuchten einige, als die Remissionszeit nahte, durch ein besonders billiges Angebot die Kauflust des Sortimenters von neuem zu wecken. Wie weit dieses Verfahren von Erfolg begleitet war, kann ich als Einzelner nicht gut beurteilen, vielleicht, daß hier und da sich ein weniger Arbeitsfreudiger dadurch von der Remissionsarbeit losgekauft hat.

Ein anderes, meiner Meinung nach nicht ganz übles Nodmittel einiger Verleger besteht darin, den gesamten (auch älteren) Verlag dem Sortimenter mit einem höheren Rabatt anzubieten, daran aber die Verpflichtung zu knüpfen, ihre Novitäten, mit Ausschluß einiger schwer verwendbaren Klassen, zu dem sonst schon angebotenen hohen Rabatt in Rechnung (Jahres- oder Quartalskonto) mit zu übernehmen. Ein solcher

Geschäftsabschluß hat für den Sortimenters, falls der Verleger in seinem alten Bestande gangbare Artikel hat, immerhin einen Nutzen, wenn auch die Novitäten nicht sofort verwendbar wären. Der Verleger hat dagegen für seine Nova einen vielleicht kleinen, aber doch sicheren Kreis regelmäßiger Abnehmer, deren Interesse er ja auch als geweckt betrachten darf.

Da ich soeben Jahres- und Quartalskonten erwähnte, kann ich hier ein kurzes Kapitel über diese Abrechnungsart anschließen. Der Musikhandel ist anscheinend im Begriff, das Quartalskonto, das bisher als Ausnahme beliebt war (Vitolff, Peters, Steingräber), zur Regel umzugestalten; er hat dadurch zweifellos Vorteile, bekommt sein Geld 9—3 Monate früher als sonst und spart das Meßagio. Auch sind Differenzen beim Drei Monats-Bezuge schneller beglichen als die bei einer Jahresabrechnung. Für die wenigen à cond.-Bezüge muß natürlich außerdem ein zweites Konto geführt werden, was nicht weiter tragisch ist, da es sich um eine geringe Anzahl von Posten handelt. Dem Sortimenters entgeht dabei freilich das Meßagio, zu dem noch ein kleiner Zinsverlust kommt; aber die sich dabei ergebende Arbeitserleichterung gleicht das in gewisser Beziehung aus, denn Zeit ist ja auch Geld, und der alte Buchhändler-Zopf wird wieder ein Stückchen kleiner. Mit dem à cond.-Bezug, den ich oben erwähnte, will ich mich ganz kurz beschäftigen, da ich mich darüber schon früher zur Genüge ausgelassen habe. Besonders eines dunklen Punktes möchte ich dabei gedenken. Der à cond.-Bezug auf beschränkte Zeit (nicht bis zur Ostermesse) macht jetzt Schule. Und so wenig gegen diese Form einzutenden ist, so muß doch gegen die sinnlose, schablonenhafte Handhabung, ganz gleich, wer der Besteller ist und wo er sein Geschäft betreibt, entschieden Front gemacht werden. Wenn Verleger und Sortimenters an einem Orte wohnen und der Sortimenters an demselben Platze seine Kunden zu befriedigen hat, dann mag ja eine kurz bemessene Frist am Platze sein, aber nicht in anderen Fällen. Da gibt es Verleger, die als leidenschaftliche Prinzipienreiter keine Ausnahme gelten lassen, gleichviel ob Hinz oder Kunz die Besteller sind, und wo sie wohnen. Der expedierende Gehilfe hat Anweisung, die Rücksendung auf 4 Wochen nach dem Datum der Faktur festzulegen. Nehmen wir an, der Verleger wohne in München, der Sortimenters in einer Kleinstadt, so wandert der Zettel am 1. nach Leipzig, geht dort am 3., da à cond. nur vom Verlagort geliefert wird, nach München und wird dort am 6. über Leipzig expediert. Im günstigsten Falle kommt also das Exemplar am 15. beim Kleinstadt-Sortimenter an (direkt unter Kreuzband sendet kein Verleger à cond.). Wohnt nun dessen Kunde auf dem Lande, so erhält dieser also frühestens am 18. das Exemplar. Nun kann man dem Empfänger nicht bei jeder Ansichtssendung die Pistole auf die Brust setzen; der Mann will in Ruhe seine Auswahl treffen, und oft haben auch noch andere, besonders bei Vereinsmusik, mitzusprechen. Da ist dann, wenn man die Rücksendung des Sortimenters an den Verleger wieder auf 9 Tage berechnet, in den meisten Fällen der bestimmte Zeitpunkt überschritten. Es kommt dann noch hinzu, daß ein Sortimenters wohl regelmäßige Sendungen von Leipzig erhält, aber doch keine nach dort abzuführen hat. Also, ihr Herren Verleger, keine Schablone für eure Aus-

*) Vgl. die Personalnotiz in Nr. 221.