



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. Stellengesuche 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

Redaktioneller Teil.

Die Selbstkostenberechnung und Kalkulation des Verlegers.

Von W. Winkelmann.

Der Wert eines sorgfältigen Rechnens und eines gewissenhaften Berücksichtigens aller für die Preisbestimmung eines Handelsobjekts wichtigen Vorgänge kann nicht zweifelhaft sein. Beruht doch oft der finanzielle Nutzen der geschäftlichen Unternehmungen auf einem mit gutem Sachverständnis und Umsicht ermittelten Preisansatz. Nicht immer freilich bildet das rechnerische Ergebnis, wie es die Kalkulation als voraussichtlich eintretend annimmt, das ausschlaggebende Moment. Der Buchhandel, der Handel mit geistigen Gütern, wird in seinen Geschäftserfolgen neben persönlicher Weitsicht, Erfahrung und Routine vielfach auch durch kluge Rücksichtnahme auf ideelle Umstände bedingt. Eines davon allein macht allerdings in der Mehrzahl der Fälle den buchhändlerischen Geschäftsmann nicht aus. Der Selbsterhaltungstrieb wird dagegen aber auch hier meist das Schwergewicht auf die realen Punkte der Preisberechnung legen. Während für den Sortimentsbuchhandel durch die Einhaltung des Ladenpreises — ähnlich wie in anderen Zweigen des Handels mit sogenannten Markenartikeln bei vorgeschriebenem Verkaufspreise — eine Kalkulation in diesem Sinne nicht in Frage kommt, hat der Verlagsbuchhandel als der die buchhändlerischen Handelsartikel schaffende Teil ein lebhaftes Interesse an der Ausgestaltung seines Kalkulationswesens. Die anhaltende reiche Produktion auf allen Verlagsgebieten hat auch eine stetig steigende Konkurrenz im Gefolge. Soweit es sich um Objekte handelt, für die die Konkurrenzfrage nicht in Betracht kommt — sei es als wissenschaftliches Spezialwerk, als Vereinsgabe, als amtliche Publikation usw. —, gestaltet sich die Preisbestimmung weniger einschränkend. Bei den anderen konkurrierenden Artikeln, speziell denen der belletristischen und populären Richtung, behauptet jedoch die Rücksicht auf die Gegenunternehmungen eine dominierende Stellung. Bei der wachsenden Verteuerung der buchgewerblichen Arbeiten bleibt dann diesen Verlegern kein großer Spielraum für die Bemessung ihrer Verkaufspreise. Gerade sie haben ganz besonders genaue Selbstkosten- und Kalkulationsberechnungen aufzustellen, wenn sie ein zuverlässiges Bild des erhofften und möglicherweise zu erwartenden Erfolges gewinnen wollen. Hinzu kommt, daß die Vertriebskosten eines Artikels für seine Absatzdauer im voraus nicht so annähernd bestimmt werden können, wie es wünschenswert wäre. Für gewöhnlich wird der Voranschlag für Reklameausgaben überschritten werden. Dieses Mehr zehrt aber vom etwaigen Gewinn oder steigert den Verlust. Beides wird ein vorsichtiger Geschäftsmann zu vermeiden suchen. Deshalb sollte ihm seine Kalkulation sagen können, bis zu welcher Höchstgrenze er seinen Propaganda-Etat für das einzelne Objekt ausdehnen darf, ohne den berechtigten Gewinn zu schmälern. Andererseits sollte aber schon der zu einem Geschäftsmann gehörende Sinn für Pünktlichkeit und Klarheit die Triebfeder sein, auch ohne die erwähnten Beweggründe auf gewissenhafteste Führung der Kalkulationsbücher zu sehen. Bildet doch oft genug die Zusammensetzung und das Resultat der Kalkulation eines Artikels den Maßstab zur Beurteilung und die Grundlage für die Vorberechnung einer anderen

ähnlichen Unternehmung. Werden dabei Fehler der ersteren Berechnung mit übernommen, so kann unter Umständen die Rentabilität in Frage gestellt werden, und statt des erhofften Gewinns verbleibt zuletzt eine nutzlose Aufwendung an Geld und Zeit. An diesem ziemlich häufigen Übel findet sich mitunter die Vererbungstheorie in eigener Art bestätigt.

Es zeigt sich so die außerordentliche Wichtigkeit einer gewissenhaften Selbstkostenberechnung und einer von geschäftlichem Weitblick geschaffenen Kalkulation. Es kann nicht gut behauptet werden, daß im Verlagsbuchhandel im allgemeinen die Anwendung solcher Rechnungsgrundsätze mit deren Werte im Verhältnis steht. Oft genug findet man noch Kalkulationsgebräuche ähnlich dem der Dreigliederung, wonach ohne nähere Unterlagen je ein Drittel des Ladenpreises entfällt auf Selbstkosten, Verleger-nutzen und Sortimenterrabatt. Vielfach ist auch der Zuschlag für allgemeine Geschäftsunkosten sowie der für Vertrieb mutmaßlich, mitunter rein schätzungsweise und willkürlich gewählt, während es bei ordnungsmäßiger Buchführung ein leichtes wäre, die dafür in Betracht kommenden Zurechnungsätze zusammenzustellen. Weniger offen zutage liegende Kalkulationsbestandteile werden mannigfach beiseite gelassen. Daß bei Anwendung solcher Kalkulationsformen sich der wirtschaftliche Erfolg nicht immer in der erwarteten Weise einstellt, braucht nicht wunder zu nehmen. Von individueller Behandlung kann ebenfalls meist nicht gesprochen werden. Die Neuzeit erfordert auch vom Verleger eine weitaus größere Berücksichtigung der kaufmännischen Seiten seines Berufes, wenn ihm daran liegt, in dem Auf und Nieder des modernen Wirtschaftslebens sein Unternehmen lebenskräftig und im Vorrang zu erhalten.

In den nachfolgenden Ausführungen wurde versucht, die verlegerische Selbstkostenberechnung und Kalkulation in möglichst umfassender, wenn auch kurzgehaltener Weise zu behandeln. Von der Besprechung der einfachsten Formen der Selbstkostenrechnungen wurde abgesehen. Dagegen sind mehr abseits liegende Fragen, deren Bedeutung nicht zu unterschätzen ist und die in der Praxis für Kalkulation und Erfolgrechnung oft recht unliebsam auftreten, mit herangezogen worden.

Wenn teilweise von Selbstkostenberechnung und Kalkulation als von ein und derselben Materie gesprochen wird, so ist das irrtümlich und beruht auf einer Verkennung des Wesens dieser Rechnungen. Die Selbstkosten umfassen in ihrer einfachen Form alle für ein Objekt aufgewendeten Ausgaben, die erweiterte Form außerdem den dem Artikel mit anzurechnenden Anteil an den allgemeinen Geschäftsunkosten und die voraussichtlich aufzuwendenden Vertriebskosten. Die Kalkulation dagegen errechnet, von den erweiterten Selbstkosten ausgehend, unter Zuschlag der Gewinnquote den Kommissions-Netto- und den Barpreis, den Barfortiments- und den Ladenpreis für broschierte und gebundene Exemplare. Die Selbstkosten bilden somit einen Bestandteil der Kalkulation, treten aber doch, soweit es sich um ihre Ermittlung handelt, selbständig und als Ganzes abgeschlossen auf. Um Mißverständnissen vorzubeugen, muß an dieser Trennung festgehalten werden. Die folgende Darstellung wird sich in der Hauptsache mit den Selbstkosten und weiterhin mit den Unkosten- und Gewinnanteilen zu beschäftigen haben.