



# 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. Petitzellen, 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 Petitzelle 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. 12.

Leipzig, Dienstag den 16. Januar 1917.

84. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Zur Frage der Erhöhung des Rechnungsrabatts im wissenschaftlichen Verlag. \*)

Von Eduard Urban, Berlin.

Der Buchhändlerverband Kreis Norden und der Hamburg-Altonaer Buchhändlerverein sind erneut in einem Rundschreiben vom 10. November 1916, vornehmlich an den wissenschaftlichen Verlag, mit der Forderung einer einheitlichen Rabatterhöhung von 25 auf 30 % herantreten. Es mag manchem mit Recht zweifelhaft erscheinen, ob Zeitpunkt und Begründung glücklich gewählt waren.

Also, weil es endlich gelungen ist, teilweise gegen einen starken Widerstand aus Sortimenterkreisen, jedweden Kundenrabatt im ganzen Reich abzuschaffen, und zudem die gänzliche Beseitigung des Bibliothekenrabatts in naher Aussicht steht, soll nun zu diesen Vorteilen, deren Erreichung vor dem Kriege noch in unabsehbarer Ferne zu liegen schien und deren Bedeutung nicht gebührend eingeschätzt zu werden scheint, auch der Verleger noch ein übriges tun und seinerseits 5 % Mehrerabatt zulegen! Wohl haben die Verleger bisher und mit Recht darauf hingewiesen, das Sortiment solle sich erst in den Genuß des vollen Rabatts setzen, ehe es an den Verleger um Besserung der Lieferungsbedingungen herantrete. Daß als gleichzeitige oder unmittelbare Folge der Verlegererabatt erhöht werden müsse, ist eine etwas willkürliche Schlußfolgerung.

Eine solche Forderung zudem jetzt, mitten im Kriege, aufzustellen, beweist eine Verleumdung der wirtschaftlichen Lage gerade des wissenschaftlichen Verlages, der in doppelter Hinsicht unter dem Kriege zu leiden hat, einmal infolge der erhöhten Herstellungskosten, dann infolge des erheblich verminderten Absatzes durch völlige Ausschaltung des größten Teiles seiner Absatzgebiete. Es ist unbillig, dem wissenschaftlichen Verlage unter diesen Umständen noch größere Lasten aufbürden zu wollen. Ein solches Verlangen ist höchstens geeignet, einer Zurückhaltung und Entfremdung den Boden zu bereiten.

Der etwas gewagten Behauptung, es gäbe keinen sachlichen Grund gegen eine 5 %ige Erhöhung aller vom Verleger festzusetzenden Bücherpreise, muß mit Entschiedenheit begegnet werden. Sie läßt das zur richtigen Beurteilung notwendige Verständnis für die mannigfaltigen und verwickelten Gründe und Umstände vermessen, die bei Preisbestimmungen eines Buches mitwirken. Über diese so ungemein vielseitige Frage läßt sich in wenigen Worten nichts Abschließendes oder Erschöpfendes sagen. Sie verursacht dem erfahrensten Verleger ständig Kopfschmerzen und gehört zu den schwierigsten Aufgaben seines Berufes. Jedes einzelne Werk muß in dieser Beziehung gesondert beurteilt werden und verträgt und erfordert nach Ansicht seines Verlegers eben nur den Ladenpreis, den er ihm nach oft langwieriger Überlegung und Berechnung gibt. Wie schwer es ihm dabei manchmal wird, den unbedingt nötigen Rabatt mit einzurechnen, ohne die Gangbarkeit seines Werkes im Hinblick auf den Wettbewerb und Käuferkreis zu gefährden; wie oft er trotzdem das Gefühl hat, der

Preis sei zu hoch geworden, entzieht sich naturgemäß der Kenntnis eines Außenstehenden. Der pflicht- und zielbewußte Verleger ist sich seiner Verantwortung bei Bestimmung des Ladenpreises wohl bewußt. Er ist aber nicht in der Lage, dabei in erster Linie oder allein die Bedürfnisse des Zwischenhändlers zu berücksichtigen.

Der Satz »Das Recht, den Ladenpreis zu bestimmen, schließt die Pflicht ein, einen auskömmlichen Rabatt zu gewähren« hat gewiß seine Berechtigung. Wenn dieser Satz aber mit der Forderung einer Erhöhung des bestehenden Rabatts verbunden wird, dann darf der Verleger erwarten, daß ihm genaue und einwandfreie Unterlagen für die Beurteilung gegeben werden, ob der Rabatt auskömmlich ist, bzw. warum er es jetzt weniger ist als früher.

Maßgebend dafür ist naturgemäß in erster Linie die Frage der Geschäftskosten im Verhältnis zum Umsatz und zur Ausdehnung des Geschäftes. Sie steht aber nicht erst heute im Vordergrund des Interesses, sondern bildete schon vor 100 Jahren den Gegenstand vielfacher Besprechungen. So berichtet Schürmann über den Reformversuch von 1802 »Varentrapp in Frankfurt berechnet die Spesen und Verluste einer Sortimentsbuchhandlung zu 22%« und weiterhin, daß damals schon der Kundenrabatt als Wettbewerbsmittel eine gleichermaßen unheimliche Höhe und Ausdehnung angenommen hatte, während die Verleger- rabatte den heutigen gleichen, ja, sie vielfach nicht erreichten.

Neuerdings wird die Spesenfrage wieder mit vielem Nachdruck in den Vordergrund gerückt. Es wird behauptet, der Spesendurchschnitt im Sortimentsbuchhandel betrage 20—22 %, ja mitunter 25 % des Umsatzes. Dem Spesendurchschnitt wird dann der Rabatt von 25 % — der im allgemeinen wohl mehr Ausnahme als Regel ist — gegenübergestellt. Immer werden einzelne besonders hervorsteckende Beispiele angeführt, die aber, wahllos aus der Menge herausgegriffen, mir durchaus nicht beweiskräftig erscheinen können.

Will man den Verhältnissen auf den Grund gehen, so müssen dem Durchschnittsspesensatz der Durchschnittsrabatt, den Einzelbeispielen über hohe Spesensätze die sie betreffenden Rabattsätze gegenübergestellt werden. Dann erst gewinnen die Zahlen Sinn und geben greifbare Unterlagen für die Beurteilung der ganzen Frage. Der Spesensatz ist außerordentlich verschieden, je nachdem die betreffende Firma überwiegend wissenschaftliche oder andere Bücher vertreibt, je nachdem sie sich ganz besonderen Buchgattungen widmet oder besondere Vertriebsarten pflegt. An der äußeren Grenze stehen die Versandgeschäfte, die bei einem Rabatt von 45—50 % ohne weiteres bis zu einer Höchstgrenze von 30—35 % Spesen gehen und danach den Umfang ihrer Vertriebstätigkeit einrichten können.

In dem Rundschreiben wird zur Begründung der darin aufgestellten Forderungen noch besonders hingewiesen »auf die Notlage namentlich desjenigen Sortiments, welches wissenschaftliche Literatur vertreibt«. Nach meiner Kenntnis der Sachlage und meinen Erfahrungen scheint mir diese Hervorhebung nicht durch Tatsachen begründet. Mir liegen die genauen rechnerischen Unterlagen aus dem letzten Friedensjahr von drei rein sachwissenschaftlichen Buchhandlungen vor, einer Firma im Mittelpunkt Deutschlands, einer Firma

\*) Die vorliegenden Ausführungen bilden zugleich die offene Antwort meiner Firma Urban & Schwarzenberg auf das letzterhaltene, im Börsenblatt Nr. 270 vom 20. November 1916 abgedruckte Rundschreiben der beiden Hamburger Vereine.