



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 Kreuzhand, an Nichtmitglieder in diesem Falle gegen 5 Mark Zuschlag für jedes Exemplar.

Die ganze Seite umfaßt 360 viergespalt. Pettizeilen, 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 Pettizeile 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. 118.

Leipzig, Mittwoch den 23. Mai 1917.

84. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Kantate-Bilanz.

Wenn man das Fazit der diesjährigen Kantateversammlung zieht, so wird man es dahin zusammenfassen können, daß Verleger und Sortimenter in gleicher Weise damit unzufrieden sind. Die einen, weil sie glauben, zu viel hergeben zu müssen, die andern, weil sie der Meinung sind, zu wenig erhalten zu haben. Leicht mit den Ergebnissen werden sich diejenigen abfinden, die von vornherein wissen, daß alle derartigen Verhandlungen auf Kompromisse hinauslaufen, ja, hinauslaufen müssen, wenn nicht Revolution an Stelle von Reformation treten soll. Große Heilmittel, mit denen von einem Punkte aus sich alles kurieren ließe, gibt es nicht. Es muß also zu den kleinen, den Mitteldingen, gegriffen werden. Ein solches Mittelchen ist der erweiterte, richtiger abgeänderte § 7 der Verkaufsordnung, die einzige Errungenschaft, die die Gilde von ihren Anträgen Kantate 1917 unter Dach und Fach bringen konnte. Dieser Paragraph ist kein Gesetz, das ein Sollen oder Müssen vorschreibt, sondern spricht nur von einem Dürfen, einer Erlaubnis, von der Gebrauch zu machen in das Belieben des einzelnen gestellt ist.

Gleichwohl wäre es unrichtig, die Wirkung dieses Paragraphen zu unterschätzen. Gibt er doch dem Sortimenter nicht nur die Möglichkeit, sich in den Fällen, in denen ihm der Rabatt ungenügend erscheint, vor Schaden zu bewahren, sondern auch ein allerdings auf ganz bestimmte Ausnahmefälle beschränktes Recht auf Mitbestimmung an der Preisbildung. Da nun nichts im Geschäftsleben so lähmend wirkt wie die Unmöglichkeit, sich helfen und vor nachweisbarem Schaden bewahren zu können, so ist jedes Hilfsmittel willkommen. Ob 25 oder 30 Prozent Rabatt im einzelnen Falle »genügend« oder »ungenügend« sind, läßt sich schwer sagen. Das kann nur derjenige entscheiden, der den Wirkungen des einzelnen Falles nachgeht und sich dabei doch nicht allein daran hält, sondern die Natur des ganzen Betriebes, seine Erwerbsmöglichkeiten und seine Rentabilität ins Auge faßt. Selbst wenn sich der Verleger alle Mühe gibt, mit dem eigenen Interesse auch das des Käufers und Verkäufers bei der Preisbildung zu berücksichtigen, so wird er doch bei allem guten Willen über eine Wahrscheinlichkeitsrechnung deswegen nicht hinauskommen, weil er immer nur nach allgemeinen Gesichtspunkten seine Entscheidung treffen, nicht aber der Besonderheit der Verhältnisse der einzelnen Sortimente und noch weniger den Umständen, unter denen der Absatz erfolgt, Rechnung tragen kann. Mag der Verleger auch noch so differenzieren, besondere Vergünstigungen durch Frei- oder Probeexemplare, erhöhten Rabatt bei Vorausbestellung usw. gewähren, über einen gewissen Schematismus, der bestenfalls einigen Verkäufergruppen gerecht zu werden sucht, kommt er nicht hinaus. Hunderte seiner Abnehmer kennt er gar nicht, wie sie ihn kaum dem Namen nach kennen. Er weiß nichts von dem materiellen Zustandekommen des Auftrags, wie sie nichts davon wissen, welche Umstände bei der Verlagsübernahme und Preisfestsetzung mitgewirkt haben. Man spricht von Sortiment und Verlag und übersieht dabei meist, daß es sich weder hier noch dort um eine Einheit handelt, sondern daß ein buntes Vielerlei von Verhältnissen, Personen

und Persönlichkeiten in Frage kommt, das erst richtig verstanden werden kann, wenn man den geistigen und wirtschaftlichen Boden näher kennt, dem diese Personen und ihre Betriebe erwachsen sind. Daher kann immer nur der Durchschnitt berücksichtigt werden, dem doch keiner angehören will, und von dem sich auch die meisten, sei es nach oben oder unten, in Wahrheit oder in der Einbildung möglichst weit zu entfernen suchen.

Verleger und Sortimenter sind nicht um ihrer selbst willen da; sie sind nur Mittler, der eine, um Bücher herzustellen, der andere, um sie zu verbreiten. Beide stehen im Dienste der Allgemeinheit, die nicht viel nach dem Unterschied zwischen Verleger und Sortimenter oder danach fragt, wie sie zueinander stehen, sondern gut und billig von ihnen bedient sein will. Sie haben daher ein sehr erhebliches gemeinsames Interesse daran, daß dieser Zweck erreicht und im Publikum nicht das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit des Buchhandels erschüttert wird. So wenig nun auch der Ladenpreis der Besonderheit jedes einzelnen Geschäfts gerecht werden kann, so haben wir doch kein besseres Mittel, das Publikum von der Realität unserer Geschäftsführung zu überzeugen, als die Aufrechterhaltung fester Ladenpreise. Diese Überzeugung ist im Buchhandel auch so allgemein, daß darüber kaum noch ernsthaft gestritten wird. Tatsächlich geht der Kampf auch nicht um den festen Ladenpreis, sondern um die Verdienstmöglichkeiten des Sortiments, um den Rabatt. Das ist scheinbar daselbe und seinem Wesen nach doch etwas ganz anderes.

Das Sortiment weiß sehr genau, daß es den Ast nicht selbst absägen darf, auf dem es sitzt, und daß die Vorzüge des festen Ladenpreises auch nicht entfernt seine Mängel aufwiegen. Es glaubt nur, seine Interessen durch den Verlag, namentlich den wissenschaftlichen, nicht genügend gewahrt, und sucht daher nach Mitteln, sich selbst zu helfen. Auf diesem Wege stellt sich ihm jedoch das Gesetz entgegen. Denn nicht die Satzungen und Ordnungen des Börsenvereins, wie so viele glauben, sind an den Verhältnissen schuld — sofern hier überhaupt von »Schuld« gesprochen werden kann —, sondern die allgemeine Rechtsordnung, deren oberstes Gesetz die Vertragsfreiheit ist. Dem Recht des Produzenten, seine Waren zu ganz bestimmten Bedingungen in den Handel zu bringen, steht das Recht der »anderen« gegenüber, auf diese Bedingungen einzugehen oder nicht. Dieses Recht ist kein Sonderrecht des Buchhandels, sondern allgemeines Recht, das den gesamten Handel beherrscht. Auch wenn es der Börsenverein in seine Satzungen oder Ordnungen nicht übernommen hätte, wäre es deswegen nicht weniger Recht. Es ist notwendig, an diese Binsenwahrheit zu erinnern, da häufig genug von Vorschriften des Börsenvereins gesprochen wird, während es sich um nicht anderes als um einen aus dem Gesetz abgeleiteten Rechtsgrundsatz handelt, den kein Wirtschaftsverein unberücksichtigt lassen kann. Was der Börsenverein von sich aus hinzutut, betrifft nur — von der Festsetzung des Gebrauchrechts in seiner Anwendung auf den Buchhandel abgesehen — den Schutz dieses Rechtsgrundsatzes. An der Sache selbst aber kann er so wenig etwas ändern wie irgendeine andere Körperschaft. Aus diesem Grunde kann er auch ein Recht, das er selbst nicht besitzt, nicht auf seine Organe übertragen, ganz abgesehen davon, wie es um ihre Eignung zur