



# 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. Pettzellen, 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 Pettzeile 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. 132.

Leipzig, Sonnabend den 9. Juni 1917.

84. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Schutz dem gesunden deutschen Sortiment!

Man kann wohl ohne Übertreibung sagen, daß am Kantate-Sonntag der gesamte deutsche Buchhandel an einer höchst gefährlichen Klippe, die seine Organisation, wie sie im Börsenverein verkörpert ist, zum Scheitern bringen kann, nochmals glücklich, wenn auch nur knapp vorbeigesegelt ist. M. E. war er ohne zwingende Not in die Gefahr gebracht worden. Da nun zu erwarten ist, daß im Kreislauf der Zeit sein Schiff immer wieder auf seinem Kurs an der Klippe vorbei muß, sei zur ruhigen Erwägung abseits des hastenden Debattierens, des Suggestierens, der Schlagworte, der Abstimmung mit gebundener Marschroute, die kaum zuläßt, die Ergebnisse der Aussprache einer Versammlung von Fachleuten aller Parteien zu verwerten, einiges für kommende Debatten anheimgegeben.

Der Verlag ist sich seit Jahren der Wünsche des Sortiments bewußt; er hat von Jahr zu Jahr ihnen mehr und mehr Rechnung getragen. Die Statistik wird nachweisen, daß der Verleger-Rabatt gestiegen, während der Kunden-Rabatt bis auf spärliche, bedeutungslose Reste verschwunden ist. Zu einer solchen Statistik braucht man aber auch die Absatzfähigkeit des einzelnen Buches; denn es ist für die Lebensfähigkeit des Sortiments völlig gleichgültig, ob ein schwer absetzbares Werk, etwa in 200 Exemplaren, von denen die Mehrzahl der Verleger selbst im Subskriptionsweg vertreibt, mit 20, 25 oder 30 Prozent rabattiert wird. Auch berücksichtige man, daß 25 Prozent von 100 M. mehr bedeuten als 50 Prozent von 1 M. Und wie steht es mit dem Zwischenhändler-Rabatt in anderen Warengeschäften? Kein Kaufmann verdient an jeder seiner Waren den gleichen Prozentsatz; bei der einen Sorte ist es mehr, bei der anderen weniger.

Die Erhebung einer Besorgungsgebühr erhöht unbestreitbar den Verkaufspreis eines Buches; denn es kostet den Kunden z. B. nicht 10 M., sondern 10,50 M. oder mehr. Der Ladenpreis ist aber und soll der Verkaufspreis sein. Und da die Festsetzung des Ladenpreises gesetzliches Recht des Verlegers bzw. des Unternehmers ist und nach Art des Buches als Ware sein muß, so kann der Verkaufspreis nicht von dritter Seite erhöht werden, gleichviel auf welchem Umwegen dies versucht wird.

Seit 10, 15 oder 20 und noch mehr Jahren wird über den unzulänglichen Rabatt im Buchhandel geklagt, obwohl unbestreitbar die Rabatte gestiegen sind. Diese Klagen werden nun nicht beweiskräftiger dadurch, daß sie fortgesetzt wiederholt werden. Das bücherkaufende Publikum, vor allem aber die Abertausende von Akademikern haben längst davon gehört. Sicherlich aber dürfte es kaum einen Buchhändler geben, der nicht schon vor seiner Selbständigmachung über die »Notlage im Sortiment infolge zu geringen Rabatts« Bescheid wüßte. Da muß es nun doch verwundern, wie sich immer wieder Leute finden, die sich als Sortimentler selbständig machen. Wer ist denn gezwungen, Sortimentler zu werden? Wer zwingt dazu? Man muß schließlich doch trotz all der Klagen über eine Notlage der Meinung sein, es sei noch kein aussichtsloses Geschäft, sich als Sortimentler selbständig zu machen. Kann es da im Interesse des Sortiments und der Verleger sein, durch Erhöhung der Rabatte neue Konkurrenten zu züchten, noch mehr Leute zu veranlassen,

sich selbständig zu machen? Das wird nämlich die unausbleibliche Folge einer weiteren Erhöhung der Gewinnaussichten sein! Wo etwas zu verdienen ist, da ist Zudrang. Wenn man sieht, daß die Zahl der Sortimentler ständig zunimmt, daß sich selbst notorisch schwache Unternehmen durchfristen, ohne recht leben und sterben zu können, daß die größeren Betriebe wachsen, und wenn man schließlich die Statistik der »Gilde« betrachtet, so muß man logischerweise zu dem Schlusse kommen, daß es nicht so schlimm ist, wie behauptet wird. Wohl ist es jedes Menschen Recht und Pflicht, mit seinem Pfunde zu wuchern, seiner Arbeit Lohn zu erhöhen; es gibt aber auch da Grenzen, und der Zwischenhändler kann ebensowenig wie der Käufer dem Verkäufer gebieten: »Du mußt mir deine Ware zu dem Preise verkaufen, den ich bestimme«. Wenn z. B. ein Sortimentler mit nur 30 000 M. Jahresumsatz (also ein kleines Geschäft) als Zwischenhändler, ohne größeres eigenes Kapital, ohne kostspielige Ausbildung 4000—4500 M. Reingewinn, das Gehalt eines höheren Beamten oder eines akademisch gebildeten Lehrers usw. erzielt, so ist das durchaus nicht so schlecht. Wie steht es denn mit dem Verdienst anderer Zwischenhändler bei gleichem Umsatz und auf Gebieten, die relativ gleiche Waren- und Geschäftskennnisse und Vorbildung erfordern?

Ferner: Wer zwingt den Sortimentler, Werke zu vertreiben, die ihm seiner Ansicht nach nicht genug Verdienst lassen? Man vertreibt doch als guter Kaufmann hauptsächlich die Artikel, an denen man verdient. Und wenn man sich daneben herbeiläßt, einen Kunden zu bedienen, der in den Laden kommt oder schreibt, um ein bestimmtes Buch sich besorgen zu lassen, das ihm entweder von einem Professor oder einem Freund empfohlen oder über das er eine Anzeige des Verlages oder eine Besprechung gelesen hat, sind da wirklich 25 Prozent, ja selbst bei Schulbüchern 20 Prozent nicht genug für die verhältnismäßig geringe tatsächliche Arbeit und die dadurch hervorgerufenen, doch nicht erheblichen Unkosten? Muß man da nicht wirklich den Vorwurf als berechtigt anerkennen, den der Konsument, der letzten Endes doch die Sache bezahlen muß, erhebt: der Sortimentler sei hier nur das verteuernde Element, das bei rationaler Volkswirtschaft entbehrliche Zwischenglied? Will das Sortiment dazu beitragen, daß die Ministerien und Schulverwaltungen in Wahrung der von ihnen zu vertretenden Interessen von Millionen von Schülkern und deren Eltern dazu kommen, die Schulbücher durch den Verleger direkt liefern zu lassen und den verteuernenden Zwischengewinn des Sortiments auszuschalten? Hunderten allerdings zum Nachteil, aber dafür vielen Tausenden zum Vorteil! Dazu muß es aber kommen, wenn die Forderungen nach höherem Rabatt nicht verstummen, sondern womöglich gar sich durchsetzen, ganz gleich, ob bei Schulbüchern der Rabatt sich erhöht oder eine Besorgungsgebühr gefordert wird! Ich glaube kaum, daß wir nach dem Kriege Raum für entbehrliche unproduktive Arbeit und vermeidbare Unkosten haben werden.

Bei allen Büchern, die sozusagen kein Handwerkszeug sind oder die die Benutzer nicht haben müssen, ist von dem im Konkurrenzkampf stehenden Verleger der Ladenpreis schon so kalkuliert, daß das Sortiment einen besonderen Anreiz hat,