

sich der hohen Rabatte von 30, 40, 50 Prozent und mehr wegen besonders darum zu bemühen. Da hat der hohe Rabatt auch eine moralische Begründung. Hier sind besondere Bemühungen des Sortimenters um den Absatz nötig, da ist der Rabatt nicht eine zu vermeidende Verteuerung des Produkts! Und wer von uns Verlegern es verantworten kann oder wem seine Autoren es freistellen (was mit gewissem Recht viele nicht tun), oder wem die Rücksicht auf die Konkurrenzwerke es nicht verbietet, den Ladenpreis so hoch zu stellen, daß er einen höheren Rabatt als 25—30 Prozent gewähren kann, der soll und wird es tun. Letzten Endes aber muß die Differenz doch der Konsument bezahlen, und wir dürfen dessen Interessen nicht ganz aus dem Spiele lassen.

Es ist ganz irrig, anzunehmen, die hochrabattierenden Verleger täten dies, weil die anderen Kollegen weniger Rabatt gewähren, oder damit die Sortimenter bestehen könnten. Sie wollen sich das Sortiment um ihrer selbst willen erhalten, was ein sehr vernünftiger Beweggrund ist. Sie laufen sich gegenseitig den Rang ab beim Sortiment in dessen Bemühung um den Absatz ihrer Werke und konkurrieren nicht nur mit der Güte ihrer Waren, sondern auch (leider oft nur) mit der Höhe der Rabatte.

Wenn immer wieder behauptet wird, das Ausland beneide uns um unsere Sortimentsbetriebe als billige Vertriebsorganisation, so bitte ich mir zu glauben, der ich noch heute nach vieljährigem Aufenthalt im Auslande nahe Beziehungen zu ihm habe, daß das nur noch in beschränktem Maße der Fall ist. Man weiß, wie der Vertrieb durchs Sortiment in Deutschland immer teurer und kostspieliger geworden ist, wie die deutschen Verleger trotzdem immer größere Summen für das Bekanntwerden und den Absatz ihrer Erzeugnisse aufwenden, welche hohen Auflagen sie oft nur wegen dieses unmäßig gewachsenen Vertriebsapparats drucken müssen. Es will mir scheinen, als wenn bei uns die Nachteile unseres Vertriebes nicht eingestanden würden; den erfahrenen ausländischen Verlegern sind sie bekannt, und ihre Begeisterung für unser System ist längst geringer geworden.

Der Käufer wird bei einem Aufschlag wissen wollen, warum ihm für dieses oder jenes Buch ein Aufschlag abverlangt wird, hier 5, dort 7½, dort 10 Prozent usw. Warum? Weil der betreffende Sortimenter nur 25 Prozent verdient! Welches Erstaunen beim Käufer, wenn er von 25 Prozent! Verdienst als zu wenig hört, welches gesunde Fressen — Verzeihung für den harten Ausdruck — für die Kreise, die dem Buchhandel ohnehin nicht wohlwollen! Wir werden bald alle Dozenten und Hörer als wünschenswerte Käufer wissenschaftlicher und technischer Bücher los sein. Und die Verleger werden bald keinen Vertrag mehr schließen können, ohne dem Autor das ihm ja ohnehin durch Gesetz zustehende Recht zu gewährleisten, für sich und seine Hörer Exemplare zum Buchhändlerpreis zu beziehen. Dann bleiben dem Sortiment nur noch die Bücher, bei denen sie jetzt schon 30 Prozent und mehr bekommen. Außerdem werden viele Bücher auf weniger als 30 Prozent zurückgehen; sie brauchen ja dann nicht mehr den Verlust bei dem Vertrieb der gering rabattierten Bücher zu decken. Ich befürchte also, daß sogar die sich von selbst durch die Differenzierung — mit oder ohne Aufschlag — ergebende unermessliche Aufklärung zu Ungunsten des Sortiments auf die jetzt schon hochrabattierten Bücher einwirken wird.

Angenommen aber, die Vorschläge Mitschmanns würden doch einmal Gesetz, wie denkt man sich dann die Durchführung? Wie wird es da, wenn in Z. der Sortimenter A. 25 Prozent Rabatt erhält, B. aber auf Grund eines Sonderabkommens mit dem Verleger 5 Prozent extra? Darf da B. als ehrlicher Mann noch Zuschlag erheben, den A. erheben muß, weil er nur 25 Prozent erhält, während B. doch mindestens 30 Prozent hat? Wie wird es bei der Verrechnung von Freiemplaren? 11/10 ist doch gleich 10 Prozent Extrarabatt! Auch sind 33½ Prozent weniger als z. B. 29 Prozent mit dem Ortszuschlag von etwa 5 oder 10 Prozent. Welche Perspektiven, welche hoffnungslose Gleiten auf abschüssiger Bahn! Wie stellen die großen Sortimenter mit

Verband nach auswärts sich die Folgen vor? Berlin z. B. erhebt keinen Zuschlag — dort würde wie in Leipzig oder München oder Stuttgart in den meisten Fällen die Begründung als besondere Besorgungskostenbedeckung vielfach wegfallen, es würde also Bücher entstehen. Würden diese Geschäfte nicht ihre Kundschaft an Orten mit Zuschlag verlieren, weil sie dann dort hin trotzdem mit einem Zuschlag liefern müßten? Und der Verleger, der, sagen wir in Heidelberg seinen Sitz hat, müßte an Ort und Stelle in seinem eigenen Geschäfte mehr verlangen als den Ladenpreis, mehr vielleicht, als der Sortimenter in L., wenn dort kein oder ein geringerer Zuschlag bestände? Müßten wir alle, die wir nach auswärts liefern, nicht zum Expedieren uns der unendlichen, zu tagtäglichen Fehlern führenden Mühe unterziehen, bei Duzenden, bei Hunderten von Bestellungen festzustellen, welcher innerlich gar nicht berechtigter Besorgungszuschlag jeweils zu erheben sei? Womit sollen die Produzenten, die Verleger, moralisch einwandfrei solche Gebühren verantworten? Jedes Sortiment mit Versand zerstört sich einfach sein Versandgeschäft zugunsten der kleineren ohne diesen Aufschlag oder der größeren mit lokal begrenzter Kundschaft und unter Umständen der Außenleiter. Gerade die für Deutschlands Stellung auf dem literarischen Weltmarkt wichtigsten Sortimente, nämlich die mit wissenschaftlicher Literatur, mit akademischer Kundschaft in Universitätsstädten, würden verkümmern. Einesteils würden sie die Gegnerschaft der Akademiker in der eigenen Stadt mit Recht sich zuziehen, anderenteils ihre Kundschaft außerhalb verlieren. Wer lange genug Sortimenter, Antiquar, Importeur und Exporteur gewesen ist, kann das beurteilen. Und glaubt man, das Zeitungspostamt dafür gewinnen zu können, die Sache mitzumachen? Was sollte das dem Postfiskus kosten! Will ein Sortiment keine Zeitschriften besorgen, so braucht es die betreffenden Besteller nur an den Verlag oder die Post zu verweisen, wie es schon vielfach geschieht. Dann hat man auch keinen Verlust an einem unrentablen Umsatz.

Zugegeben, die Not im Sortiment, ganz allgemein gesprochen, wäre so groß — man möchte es nach dem oben Gesagten bestreiten —, so muß die Diagnose ganz anders gestellt, müssen ganz andere Mittel zur Heilung angewandt werden!

Wir leiden an zu viel Sortimentengeschäften. Welche Konkurrenz, die dem einzelnen zu keinem rechten Umsatz kommen läßt! Welches Elend an fruchtloser Arbeit beim Verleger, der mit Tausenden von Sortimentern in kleinen Posten arbeiten muß, anstatt mit tausend oder selbst weniger, mit diesen aber in größeren Mengen! Dieses Elend wird haben wie drüben nur noch größer, je mehr Leute durch gesteigerte Gewinnsichten veranlaßt werden, Buchhändler zu werden.

Man lese doch einmal Walther Rathenau's »Von kommenden Dingen« oder sein »Problem der Friedenswirtschaft«, zwei zur rechten Zeit erschienene Bücher. Hier entwickelt ein Mann in hervorragend hoher wirtschaftspolitischer Stellung höchst beachtenswerte und zutreffende Ansichten. Die vielen Ladengeschäfte sind eine Belastung des Verbrauchers, eine Vergewandung von Arbeitskräften, ein überflüssiges Hin und Her der Ware, ein übermäßiges und zinsraubendes Ansammeln und Erhöhen der Auflagen und der Läger. Wir werden von Reichs wegen alle Kräfte zu produktiver Arbeit auf Jahre hinaus brauchen.

Und was hat außerdem die Spesen vielfach so hoch getrieben? Überspannte Mieten, überspannter Luxus, d. h. unproduktiver Aufwand in Ausstattung der Läden u. a. Ein Konfektionsgeschäft z. B. braucht natürlich immer andere Aufmachung, obwohl auch dort und in anderen Zweigen eine höchst ungesunde Spesen-Treiberei herrscht, die nur die Ware verteuert, sie relativ verschlechtert, in keiner Hinsicht aber ihren inneren Wert verbessert!

Wir wollen doch Kaufleute sein! Was begehen wir aber tagtäglich noch für unkaufmännische Mißgriffe! Wir wollen, daß ein jeder Kollege beim Fabrikanten an einem einzelnen Stücke, an ein paar Mark Umsatz genau so viel verdienen soll wie an Hunderten oder Tausenden von Mark. Wir wollen die Verdienstaussicht eines jeden Kollegen verbessern, ohne doch