

Zur Erhöhung der Gebühren im Leipziger Kommissionsbuchhandel.

Im gesamten Wirtschaftsleben ist seit Beginn des Krieges eine Teuerung eingetreten, wie solche im Zeitalter des Verkehrs außerhalb jeder menschlichen Voraussicht lag. Den Mehraufwand für Rohmaterialien, Gehälter und Löhne hat der Fabrikant durch Preiserhöhung der Waren auf den Wiederverkäufer, dieser auf den Konsumenten abgewälzt. Das Käufer-Publikum trägt den Sturm auf seinen Geldbeutel nicht ohne Murren, aber in Geduld, es ist eben Krieg!

Die Gebühren, die von den Leipziger Kommissionären bis jetzt in Ansatz gebracht worden sind, sind zum Teil vor Jahrzehnten unter wesentlich anderen Verhältnissen als den neuzeitlichen festgelegt worden. Schon in dieser Tatsache würde eine Erhöhung ihre Begründung finden. Die Kriegsjahre haben aber, hier wie überall, eine derartige Steigerung sämtlicher Unkosten, insbesondere der Gehälter, Löhne und Materialpreise herbeigeführt, daß die Neuaufstellung der Gebührensätze nunmehr zur zwingenden Notwendigkeit geworden ist.

Als Anfang August 1914 die zahlreichen Einberufungen zur Fahne erfolgten, die sich dann im Laufe der Zeit auf alle militärdienstfähigen Kräfte von 18—45 Jahre erstreckten, galt es, die klaffenden Lücken durch männliche und weibliche Mitarbeiter um jeden Preis auszufüllen. Die große Nachfrage nach Arbeitskräften auf der einen Seite erzeugte naturgemäß gesteigerte Gehaltsforderungen auf der anderen Seite, was wiederum zur Folge hatte, daß auch die Gehälter der älteren Mitarbeiter, um diese nicht schlechter zu stellen als die Neugeworbenen, eine entsprechende Erhöhung erfahren mußten.

Dann kam die Preissteigerung aller Lebensbedürfnisse, die zu nicht unbeträchtlichen Teuerungszulagen führte.

Der Aufwand an Gehältern und Löhnen dürfte heute im Leipziger Kommissionsbuchhandel bei gleichem Umsatz wie in den letzten Friedensjahren sich um $\frac{1}{2}$ des früheren Aufwandes gesteigert haben.

Die Ausgaben für Packmaterialien, Pappen, Striche und Kisten stiegen von Woche zu Woche mit den wachsenden Schwierigkeiten, solche zu beschaffen. Der Preis der Pappen ist heute neunmal höher als in Friedenszeiten, soweit Pappen überhaupt noch zu erlangen sind; ähnlich steht es mit dem Packpapier. Bindfaden und Striche sind in den früheren Qualitäten nicht mehr zu haben, der halbwegs brauchbare Ersatz dafür ist um 450—500% höher im Preise als die Hanffabrikate von ehemals. Kisten sind viermal teurer als in Friedenszeiten.

Wenn der Leipziger Kommissionsbuchhandel bisher nicht zu einer den Zeitverhältnissen entsprechenden Gebühren-Erhöpfung geschritten ist, so geschah es in Berücksichtigung des Umstandes, daß beim Buch, dessen Verkaufspreis in zahlreichen Katalogen festgelegt ist, eine Preiserhöhung dem Publikum gegenüber am schwierigsten durchgeführt werden kann. Nachdem aber auch der Buchhandel, zuerst der Verlag, dann das Sortiment, unter dem Druck der Verhältnisse Mittel und Wege gefunden hat, sich am Käufer für die Mehrlasten schadlos zu halten, und dem Sortiment nicht mehr zugemutet werden muß, neben dem auch ihm nicht erspart gebliebenen Mehraufwand für das tägliche Leben, die höheren Leipziger Spesen aus seiner Tasche zu bezahlen, dürfte jeder billig Denkende auch dem Kommissionär die Berechtigung zuerkennen, die schwere Last herabzumindern, die er in den letzten Jahren im Interesse der buchhändlerischen Allgemeinheit geduldig auf seine Schultern genommen und getragen hat.

Die Erhöhung der Spensätze ist in der Zwangslage begründet, in der sich die Kommissionäre befinden, sie ist unter dem Druck der Verhältnisse nötig geworden und wird nach dem Gesagten sicher die Billigung der Kommittenten des Leipziger Platzes finden, um ihm seine Arbeitsfreudigkeit und Leistungsfähigkeit zu erhalten.

Die Tätigkeit der Kommissionäre ähnelt derjenigen der Speditoren. Man vergleiche die fortgesetzten Gebühren-Erhöhlungen dieses Berufszweiges mit der einmaligen Erhöhung der Ge-

bühren, die die Leipziger Kommissionäre jetzt notgedrungen vornehmen mußten, und man wird die Forderung der letzteren als mäßig und berechtigt anerkennen müssen.

„Le livre français à l'étranger.“

Aus Dänemark wurde vor einiger Zeit berichtet (vgl. Nr. 201 d. Vbl.), daß sich die vielerörterte französisch-verlegerische Ausfuhrvereinigung dort zu betätigen beginne. Das Mundschreiben der »Société d'exportation des éditions françaises« samt Mitgliederverzeichnis (vgl. Nr. 257 d. Vbl.) sei in einer ganzseitigen Anzeige des dänischen Buchhändlerfachblatts bekannt gegeben worden. Einige weitere Nachrichten über französische Bestrebungen um Erweiterung ihrer Absatzgebiete im Auslande, denen wir unter obiger Überschrift in der Pariser Zeitschrift »L'Exportateur français« begegnen, halten wir für hinreichend wichtig, um sie der Beachtung unserer Leser nahelegen. Sie betreffen das Auftreten der »Agence générale de librairie et de publications«, die eine Schöpfung der Librairie Nilsson, Paris, 7 rue de Lille, ist und sich ihrer Aufgabe anscheinend mit großem Nachdruck widmet. Ihre selbständige Auslandsstätigkeit hat schon vor dem Pariser »Congrès du livre« und vor Gründung der obgenannten »Société« begonnen und ist von französischer Seite (vgl. u. a. Nr. 149 d. Vbl.) schon mehrfach gerühmt worden. Unter den Mitgliedern der »Société d'exportation« erscheint die Librairie Nilsson nicht.

Unter Wiederholung manches schon gehörten Schlagworts, von denen der umfangreiche, auch mit Abbildungen geschmückte Bericht im »Exportateur français« zum Überdruß erfüllt ist, erzählt der Mitarbeiter Louis Arby von der »Agence de librairie et de publications«, daß diese sich zum Zweck erweiterter französischer Bücherausfuhr schon im Jahre 1912 dem alten Kommissionshause Nilsson unterstellt und angegliedert habe. Zurzeit unterhalte die »Agence« folgende Verkaufsgeschäfte und Hauptniederlagen (Großgeschäfte):

in London eine Hauptniederlage und drei Verkaufsläden in der Nähe des »Strand« und des »Piccadilly«;

in Petersburg die »Agence de la presse parisienne«, Ede des Newsky-Prospekts;

in Amsterdam die »Société d'importation de livres français«;

in Buenos-Ayres eine Hauptniederlage und zwei Verkaufsläden, die »Librairie moderne« und die »Librairie française«.

Außerdem verfügt die »Agence générale« in mehreren Ländern über beteiligte und mitwirkende Gesellschaften. Es sind die folgenden: in Italien die »Società generale delle messaggerie italiane de giornali, riviste e libri«, die ihren Sitz in Bologna und Verkaufsstellen in Florenz, Turin, Mailand, Genua, Rom, Neapel und Palermo hat;

in Spanien die »Sociedad general española de libreria, diarios, revistas y publicaciones«. Sie hat ihren Sitz in Barcelona, ihr Hauptgeschäft in Madrid und ein General-Expeditions-Kontor in Irun (Grenzstation der spanischen Nordbahn). Dieses Unternehmen hat die Konzession zum Verkauf von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften auf den Bahnhöfen von Spanien und betreibt in Madrid einen sehr bedeutenden Zeitungshandel; in der Schweiz das »Dépôt central«, dessen Sitz Lausanne ist, mit Zweiggeschäften in Basel und Zürich.

Die Errichtung weiterer Hauptniederlagen und Verkaufsgeschäfte in Ägypten, Skandinavien, Portugal, Chile, im äußersten Osten, in den Vereinigten Staaten von Amerika u. a. m. ist für die nächste Zeit in Aussicht genommen.

Aus dem weiteren Inhalt des Artikels ist mitzuteilen, daß die Agence der Librairie Nilsson die bekannten Ratschläge zur erfolgreichen Werbung um die Gunst der gebildeten und gelehrten Welt des Auslands, wie sie Georges Lafond dem Pariser »Congrès du livre« mit dem Erfolge einmütiger Annahme vorgetragen hat, natürlich zur Ausführung bringt. Wie ohne weiteres zu erkennen, ist sie dem Kongreß damit sogar zuvorgekommen und hat dem Berichterstatter zum Muster gedient. In Erkenntnis der Hilflosigkeit des französischen Auslandsbuchhändlers und des unbegreiflichen Mangels an Unterstützung durch den französischen Verlag war und ist die Agence der Librairie Nilsson vor allem bestrebt, diesem Übel zu steuern. Ihr erstes Ziel im Auslande ist die Errichtung von möglichst vollkommen ausgestatteten Lagern gangbarer französischer Literatur, neuer und älterer und aus allen Gebieten, der erzählenden, dichterischen Literatur sowohl, wie der wissenschaftlichen, praktischen und volkstümlichen. Sie dienen als Großgeschäfte, ähnlich unseren Barsortimenten, dem Buchhändler zu seiner Versorgung. Weiter bemüht sie sich um Schaffung und Verbreitung sorgfältig bearbeiteter, stofflich geordneter Kataloge, mit denen die lesende, lehrende, forschende Welt da draußen reichlich und in verständiger Auswahl bedacht wird. Für schnelles Bekanntwerden neuester und vorbereiteter Erscheinungen des französischen Büchermarkts sorgt die Agence durch den periodisch erschei-