



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 viergespaltene Petitzeilen, die Zeile oder deren Raum kostet 60 Pfennige; Mitglieder des Börsenvereins zahlen für eigene Anzeigen 20 Pfennige für die Zeile, für $\frac{1}{2}$ S. 34 M. Stellensuche werden mit 20 Pf. die Zeile berechnet. In dem illustrierten Teil: für Mitglieder des Börsenvereins die viergespaltene Petitzeile oder deren Raum 30 Pfennige, $\frac{1}{2}$ S. 27 M., $\frac{1}{2}$ S. 52 M., für Nichtmitglieder 30 Pf., 64 M., 120 M. Beilagen werden nicht angenommen. - Beiderseitiger Erfüllungsort ist Leipzig.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 15 (N. 8).

Leipzig, Freitag den 18. Januar 1918.

85. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Stuttgarter Verleger-Vereinigung.

In der von fast sämtlichen Stuttgarter Verlegern besuchten außerordentlichen Hauptversammlung vom 11. Januar wurde einstimmig folgende Entschliebung gefaßt:

Nachdem der größte Teil des Verlages seine Bücherpreise durch kombinierte Steuerzuschläge oder durch Erhöhungen der festen Ladenpreise so heraufgesetzt hat, daß die Vergrößerung der Gewinnspanne für das Sortiment — ganz abgesehen von dem Wertzuwachs der festen Lager — das Maß dessen, was noch am 8. September 1917 angestrebt wurde, weit übersteigt, ersucht die außerordentliche Hauptversammlung der Stuttgarter Verleger-Vereinigung den Vorstand des Börsenvereins, in tunlichster Eile den ungeschützten Steuerzuschlag wieder aufzuheben und die vom Verlag festgesetzten neuen Verkaufspreise zu schützen. Unter neuen Verkaufspreisen sind sowohl die erhöhten festen Ladenpreise wie auch die Preise zu verstehen, die sich durch Aufrechnung des aus Verleger- und Sortimenters-Zuschlag bestehenden kombinierten Steuerzuschlags auf die früheren Ladenpreise ergeben.

Begründung: Die außerordentliche Hauptversammlung der Stuttgarter Verleger-Vereinigung erklärt einstimmig ihren Willen, an der Wiederherstellung geordneter Verhältnisse im Buchhandel mitzuarbeiten, da sie die gegenwärtigen Zustände in der Ladenpreis-Berechnung für unheilvoll hält. Sie verschließt sich der Notlage, in die das Sortiment durch die Kriegsverhältnisse geraten ist, durchaus nicht und ist gewillt, an deren Beseitigung mitzuhelfen. Da aber auch der Verlag unter den satzbar bekannten Verhältnissen mehr und mehr leidet, ist eine Rückkehr zu geordneten Verhältnissen nur möglich, wenn Verlag und Sortiment Hand in Hand gehen. In zahlreichen Verleger-Beratungen hat es sich herausgestellt, daß das allseitig angestrebte Ziel einer Erhöhung der Verkaufspreise und einer Verbesserung des Sortimenters-Gewinns auf verschiedenen Wegen erreicht werden muß. Während der schönwissenschaftliche, der Jugendschriften- und der populärwissenschaftliche Verlag in seiner überwiegenden Mehrzahl eine Erhöhung der festen Ladenpreise vorzog, entschloß sich der wissenschaftliche Verlag für die Erhebung kombinierter Steuerzuschläge auf seine früheren Ladenpreise. In beiden Fällen ist der Erfolg für das Sortiment der gleiche, und es muß deshalb auch erwartet werden, daß die Ladenpreis-Erhöhungen der schönwissenschaftlichen Verleger ebenso vor weiteren Zuschlägen geschützt werden wie die durch Erhebung von Steuerzuschlägen geschaffenen neuen Verkaufspreise der wissenschaftlichen Verleger.

Ein Beispiel mag das erläutern:

1. Fall: Wissenschaftlicher Verlag.

Früherer Ladenpreis:	ℳ 10.—	früherer Barpreis:	ℳ 7.50
jetzt:	ℳ 10.—	jetzt:	ℳ 7.50
+ Verleger-Zuschlag:	ℳ 1.50		
+ Sortimenters-Zuschlag:	ℳ 1.—		+ ℳ 1.50
neuer Verkaufspreis:	ℳ 12.50	neuer Barpreis:	ℳ 9.—
		also Gewinn	ℳ 3.50

2. Fall: Schönwissenschaftlicher Verlag.

Früherer Ladenpreis:	ℳ 10.—	früherer Barpreis:	ℳ 6.50
neuer Ladenpreis:	ℳ 12.50	neuer Barpreis:	ℳ 8.15
		also Gewinn	ℳ 4.35

Dieses Beispiel zeigt, wie widersinnig und daher auch unhaltbar es wäre, wenn im zweiten, für das Sortiment wesentlich einfacheren und vorteilhafteren Fall ein weiterer Zuschlag von ℳ 1.25 erhoben würde, während ein solcher im ersten Fall nicht mehr in Betracht käme. Die Bemühungen um eine allgemeine Besserung der Verhältnisse haben aber in den letzten Wochen eine so befriedigende Entwicklung genommen, daß es nunmehr auch ohne Beeinträchtigung der Interessen des Sortiments und zum Nutzen des ganzen Buchhandels wieder möglich ist, die neuen vom Verlag festgesetzten und von ihm auch bei direkten Lieferungen eingehaltenen Verkaufspreise vor Zuschlägen und Unterbietungen zu schützen.

Von deutscher Musik und deutschem Musikalienhandel.

I.

(1917, IX siehe Bbl. 1917, Nr. 277.)

Ein Brief, der von Leiden, Freuden, Gedanken und Hoffnungen eines Musikalien-Sortimenters handelt.

Mein früher genannter trefflicher, alter Sortimenters-Freund (mit dem ich im vorigen Jahre die Winterreise im Harz ausführte) schrieb mir unlängst; da er sein Herz angesichts der Reiseschwierigkeiten durch mündliche Aussprache nicht erleichtern konnte, wolle er an einem stillen Sonntag-Abend mir wenigstens schriftlich einige Randbemerkungen zur Lage des Musikalienhandels machen. Ich gebe den Brief im nachfolgenden wieder, da ich glaube, daß das Aussprechen dieser Berufsgedanken auch weiteren Kreisen, insbesondere den gemischten Beiräten, erwünscht sein wird. Der alte Herr schreibt:

»Mein lieber Freund! Die in Ihrem letzten Bericht erwähnte außerordentliche Regsamkeit auf allen Gebieten des