

genommenen Preiserhöhung an dieser nicht nur nichts verdient, sondern noch bares Geld hinzuzulegen genötigt ist, ganz abgesehen davon, daß ihm in vielen Fällen außerdem Zinsverlust erwächst, da bekanntlich nicht jedes abgesetzte Buch vom Käufer auch sofort bezahlt wird. Zu alledem erwächst ihm die dornenvolle Aufgabe, den Käufer nach Kräften von der Notwendigkeit der höheren Preisberechnung zu überzeugen. Ein derartiger Zustand ist ebenso ungerecht wie auf die Dauer unhaltbar, und es kann nur wundernehmen, daß die Herren Unterzeichner der »Erklärung« vom 4. Februar trotz ihrer »reiflichen Überlegungen und gründlichen Beratungen« diese so einfache und nackt daliegende Tatsache übersehen haben.

Wenn es nur nach dem Willen der Herren Unterzeichner der Verleger-Erklärung ginge, so gehörte der dem Sortiment zugebilligte und allgemein als notwendig erkannte Teuerungszuschlag mehr oder weniger bereits der Vergangenheit an. Die (unrabattierten oder nicht vollrabattierten) Teuerungszuschläge werden höher und höher, sodaß dem Sortimenter in kurzem von seinem eigenen Teuerungszuschlag überhaupt nichts mehr bleibt. Dem muß ein Niegel vorgeschoben werden. Es steht im allgemeinen buchhändlerischen Interesse zu hoffen, daß die Herren vor der Macht der Verhältnisse die Augen nicht verschließen und daß sie freiwillig dem Sortimenter zu geben gewillt sind, was dieser zu seiner Existenz notwendig bedarf. Es erhebt sich mithin die Frage, in welcher Form sich die Verhältnisse für beide Teile erträglich gestalten lassen.

Die einfachste, den buchhändlerischen Einrichtungen und unserem Empfinden wohl entsprechendste Lösung wäre natürlich die — von vielen Verlegern ja auch mit vollem Erfolg bereits eingeführte — Erhöhung des Ladenpreises; es hieße sich aber nur im Kreise herum-drehen und den Kopf in den Sand stecken, wenn diese Lösung etwa als die einzige in Frage kommende bezeichnet werden sollte. Die Herren Unterzeichner der Verleger-Erklärung wollen diesen Weg entschieden nicht beschreiten, sonst hätten sie ihre »Erklärung« ja doch nicht abgegeben! Es würde mithin nur einen Kampf gegen Windmühlen bedeuten, wenn das Sortiment sich auf die Forderung einer entsprechenden Erhöhung des Ladenpreises versteifen wollte. Es bleibt sonach nur die Möglichkeit, den Sortimenter an dem ominösen Teuerungszuschlag prozentualer teil nehmen zu lassen. Dies könnte auf zweierlei Art geschehen:

Vorschlag 1. Dem (nicht vollrabattierten) Teuerungszuschlag des Verlegers wird zunächst die gleiche prozentuale Erhöhung hinzugefügt, die der Verleger auf den Nettopreis des Buches selbst geschlagen hat; auf den um diesen Betrag erhöhten Ladenpreis wird der Sortimenters-zuschlag von 10 Prozent erhoben. Zwei Beispiele:

Mit 25 % Rabatt:

a) 1 Goethe, Faust	M 10.— ord., M 7.50 netto
b) Verlegerzuschlag 20% vom Ladenpreis	M 2.— ord., M 2.— netto
c) Zuschlag des Sortimenters auf b (nach oben abgerundet)	M —.70
d) 10% Sortimenterszuschlag auf a, b, c (nach oben abgerundet)	M 1.30
	M 14.— ord., M 9.50 netto

Mit 30 % Rabatt:

a) 1 Goethe, Faust	M 10.— ord., M 7.— netto
b) Verlegerzuschlag 20% vom Ladenpreis	M 2.— ord., M 2.— netto
c) Zuschlag des Sortimenters auf b (nach oben abgerundet)	M 1.—
d) 10% Sortimenterszuschlag auf a, b, c	M 1.30
	M 14.30 ord., M 9.— netto

Vorschlag 2. Dem (nicht vollrabattierten) Teuerungszuschlag des Verlegers wird in allen Fällen die Hälfte dieses Zuschlags hinzugefügt; auf die Einbeziehung des in obenangeführten Beispielen unter c mit berücksichtigten Zuschlags in den Ladenpreis wird verzichtet. Zwei Beispiele:

Mit 33 1/2 % Rabatt:

a) 1 Goethe, Faust	M 10.— ord., M 6.67 netto
b) Verlegerzuschlag 15% vom Ladenpreis	M 1.50 ord., M 1.50 netto
c) Zuschlag des Sortimenters auf b	M —.75
d) 10% Sortimenterszuschlag auf a u. b	M 1.15
	M 13.40 ord., M 8.17 netto

Mit 40 % Rabatt:

a) 1 Goethe, Faust	M 10.— ord., M 6.— netto
b) Verlegerzuschlag 25% vom Ladenpreis	M 2.50 ord., M 2.50 netto
c) Zuschlag des Sortimenters auf b	M 1.25
d) 10% Sortimenterszuschlag auf a u. b	M 1.25
	M 15.— ord., M 8.50 netto

Schließlich zum Vergleich zwischen Vorschlag 1 und 2:

Mit 25 % Rabatt:

Vorschlag 1.

a) 1 Goethe, Faust	M 10.— ord., M 7.50 netto
b) Verlegerzuschlag 20% vom Ladenpreis	M 2.— ord., M 2.— netto
c) Zuschlag des Sortimenters auf b (nach oben abgerundet)	M —.70
d) 10% Sortimenterszuschlag auf a, b, c (nach oben abgerundet)	M 1.30
	M 14.— ord., M 9.50 netto

Mit 25 % Rabatt:

Vorschlag 2.

a) 1 Goethe, Faust	M 10.— ord., M 7.50 netto
b) Verlegerzuschlag 20% vom Ladenpreis	M 2.— ord., M 2.— netto
c) Zuschlag des Sortimenters auf b	M 1.—
d) 10% Sortimenterszuschlag auf a u. b	M 1.20
	M 14.20 ord., M 9.50 netto

Mit 40 % Rabatt:

a) 1 Goethe, Faust	M 10.— ord., M 6.— netto
b) Verlegerzuschlag 20% vom Ladenpreis	M 2.— ord., M 2.— netto
c) Zuschlag des Sortimenters auf b (nach unten abgerundet)	M 1.30
d) 10% Sortimenterszuschlag auf a, b, c (nach unten abgerundet)	M 1.30
	M 14.60 ord., M 8.— netto

Mit 40 % Rabatt:

a) 1 Goethe, Faust	M 10.— ord., M 6.— netto
b) Verlegerzuschlag 20% vom Ladenpreis	M 2.— ord., M 2.— netto
c) Zuschlag des Sortimenters auf b	M 1.—
d) 10% Sortimenterszuschlag auf a u. b	M 1.20
	M 14.20 ord., M 8.— netto

Wie aus vorstehenden Vergleichen hervorgeht, ist das Endergebnis fast völlig das nämliche; ich würde dem Vorschlag unter 2 den Vorzug geben, da auch der bekannte »jüngste Lehrling« ohne weiteres imstande sein wird, in allen Fällen die Hälfte des verlegerischen Teuerungszuschlags schnell und ohne Zuhilfenahme eines gedruckten Adam Riese vorzunehmen, was bei Vorschlag unter 1 mit seiner mehr oder weniger verzwickten Umrechnung der Posten unter c nicht ohne weiteres vorauszusetzen ist. Die Einfachheit der Berechnung beim praktischen Gebrauch scheint mir aber ein außerordentlich wichtiges Moment zu sein; eine noch einfachere Berechnung aber ist m. E. überhaupt nicht denkbar. Hierzu kommt, daß ein Rabatt von 33 1/2 % vom Verleger-teuerungszuschlag (also die Hälfte seines vom Verlag festgesetzten Betrags) auch um deswillen als ein in allen Fällen hinreichender Rabatt erscheinen muß, weil der Sortimenter (außer den geringfügigen Barverrechnungsspesen des Kommissionärs) keinerlei erhöhte Kosten an Fracht zu tragen und keine vermehrte Arbeit beim Absatz des Buches zu leisten hat.

Das Schlusergebnis bei Annahme von Vorschlag 2 würde sein, daß der Ladenpreis in voller Klarheit hergestellt wird; der Verleger wüßte bei Berechnung seines Teuerungszuschlags im vorhinein auf den Pfennig genau, zu welchem Preise sein Verlagswerk vom Sortimenter zu verkaufen ist (jetzt herrscht in dieser Hinsicht bekanntlich das Chaos).

Die Annahme eines der obigen Vorschläge scheint mir — falls Besseres nicht gefunden werden sollte — notwendig, wenn das stark gestörte Verhältnis zwischen Verlag und Sortiment wieder normal gestaltet werden soll. Dem Verleger bliebe nach wie vor völlig freie Hand, die Höhe des ihm notwendig erscheinenden Teuerungszuschlags zu bemessen; der Sortimenter aber hätte gegen letzteren keinerlei Einwendungen mehr zu erheben, im Gegenteil, je höher der Verleger den Zuschlag bemißt, um so höher wächst ja prozentual auch der Gewinn des Sortimenters. Als unbedingt festzuhaltender Grundsatz muß für die Folge gelten, daß der — auf alle Verkäufe (also auch auf Kommissionsartikel, amtliche Veröffentlichungen und Zeitschriften) zu erhebende 10prozentige Teuerungszuschlag ungeschmälert dem Sortiment verbleibt; es darf diesem nicht mit der einen Hand genommen werden, was die andere ihm gab.

Es schien mir an der Zeit und notwendig, an dieser Stelle den Sortimentersstandpunkt in Sachen der Teuerungszuschläge einmal klar und ohne Umschweife darzulegen.

Ich schließe mit dem Ausdruck der Hoffnung, daß wenigstens auf dem buchhändlerischen Kriegsschauplatz in absehbarer Zeit ein Verständigungsfriede zustande kommt.

Dresden, 14. Februar 1918.

Rudolf Heine.