

zuschlages, der Verwirrung geschaffen, entsprechende Erhöhung des Rabatts und Abwälzung der Spesen für Porto, Fracht und Verpackung auf den Verbraucher. Wir müssen endlich die Bezugsspesenberechnung von dem Ladenpreise trennen, eben um den Ladenpreis zu erhalten und nicht die Übersicht über ihn völlig zu verlieren. Ich gehe von dem Standpunkt aus, daß es nicht Sache des Publikums ist, die Ladenpreise im Buchhandel zu kontrollieren, sondern daß es genügt, wenn unseren Organisationen die Ordnung und Prüfung dieser Verhältnisse überlassen bleibt. Jeder Buchhändler wird schon einmal störend die Einmischung des Publikums empfunden haben, die veranlaßt wurde durch die in die Öffentlichkeit gedruckenen Kämpfe zwischen Verlag und Sortiment und durch die Verhezung der öffentlichen Meinung.

Damit der Wunsch nach einem einheitlichen Ladenpreis Berücksichtigung finde, muß der prozentuale Zuschlag fallen, müssen jeweils geltende Sätze für Bezugsspesen geschaffen werden. Wie dies zu geschehen hat, ob es dem einzelnen überlassen bleiben soll, ob Orts- oder Bezirksvereine oder einheitlich der Börsenverein diese Sätze bestimmt, alle ich zur Aussprache. Wenn damit die feste Reibungsfläche mit dem Publikum beseitigt wird, das sich schon stellenweise eine Polizeifunktion anmaßte, wird es in jeder Hinsicht dem Ansehen unseres Standes dienen, der in seinen Organisationen genügend Gewähr bieten sollte für Prüfung und Einhaltung der von ihm getroffenen Bestimmungen.

Stuttgart, den 4. Mai 1920.

Walter Guttman (Paul Neff Sortiment).

Verleger-, Sortimenter-Zuschläge und Publikum.

Der Artikel des Verlegers Robert Luz im Börsenblatt Nr. 92 »Wohin treiben wir mit dem Sortimenterschlag?« bietet einen ganz interessanten Einblick in die Verleger- und Sortimenterkalkulation mit volkswirtschaftlichen Ausblicken vom — Verlegerstandpunkt. Der Sortimenter denkt natürlich anders. Erstens hat er stets große Schwierigkeiten, dem Publikum klar zu machen, daß ein vor dem Kriege oder 1914 erschienenes Werk (z. B. Heumanns Handlexikon 1914) jetzt um vieles teurer ist, als es im neuesten Koehler-Katalog von 1920 verzeichnet steht. Handelt es sich nun um wissenschaftliche Werke, die unbedingt angeschafft werden müssen, so ist auch hierbei zu beobachten, daß die Studenten oder Gelehrten sich die Mühe nicht verdrießen lassen, das Werk schließlich vielleicht doch noch antiquarisch in Friedensausstattung irgendwo aufzutreiben, ehe sie sich zum Kauf eines minderwertig hergestellten teuren Buches entschließen. Ferner besteht an allen Universitäten und Hochschulen ein reger Austausch und Handel; Studentenorganisationen vermitteln Bücher zu billigeren Preisen als das Sortiment, ohne daß dies den unlauteren Wettbewerb zu bannen vermag. Wenn aus allem diesem hervorgeht, daß der Sortimenter nicht so leicht absetzt wie jetzt der Verleger, so ist es erklärlich, daß bei der unerkennbar nachlassenden Kauflust und Kaufkraft des Publikums auch der Sortimenter zurückhaltender im Bestellen geworden ist; denn wer entschädigt ihn, wenn ihm eine größere Anzahl Werke liegen bleibt oder er sie beim Erscheinen neuer Auflagen billiger verkaufen muß. (Auch Preisherabsetzungen des Verlegers könnten notgedrungen eintreten.) Glaubt vielleicht Herr Luz, daß seine Kriminalromane zu M 12.— ebenso schnell gekauft werden wie früher zu M 2.— oder M 6.—, wenn andere, auch gute Kriminalromane nur M 3.— oder M 6.— kosten? Die Hochkonjunktur ist zweifellos vorüber. Wer das bezweifelt, sehe sich in großen Exporthäusern, Fabriken und Industriebetrieben um, wo schon jetzt Direktoren und Inhaber verwirrt umherirren und nicht wissen, wie sie ihre Außenstände hereinbekommen sollen. Die Detaillisten zahlen nicht, weil das Publikum nicht kauft und auf weiteren Preisrückgang wartet, der in Textilien und anderen Waren schon längst eingetreten ist. Deutschland war ein Industriestaat und ist mit seinen Preisen schon soweit gekommen, daß es auf dem Weltmarkt kaum noch konkurrieren kann. Die Folge davon: Übergang vieler Betriebe in amerikanischen, englischen, japanischen Besitz; die tariflichen Abmachungen werden nicht anerkannt, den Arbeitern wird ein geringerer Akkordlohn geboten, dann wird allgemeine Arbeitslosigkeit folgen. Dieser Umschwung steht uns näher bevor, als die Allgemeinheit glaubt. Natürlich ist auch der Buchhandel von der Industrie abhängig, denn sein kaufkräftigstes Publikum gehört ihr an. Die fremden Einkäufer, die Deutschland auskaufen, haben ihren Wirkungsbereich nach Frankreich verlegt, da sie jetzt dort besser und billiger einkaufen. Der deutsche Exporteur bekommt deshalb vom Ausland schon keine Bestellungen mehr. So stellt sich die augenblickliche Geschäfts-

lage in Deutschland dar. — Der Durchschnittsortimenter hat kein großen Handelsgeist besessen, da er als »Zwischenhändler« sich von den Prozenten des Verlegers schlecht und recht ernährte. Aber der weitblickende Sortimenter ging bald dazu über, sich von dem Verlegerrabatt (25—30%) unabhängiger zu machen, und schnappte nach den fetteren Bissen des Antiquariats. Aber die sind jetzt wenigstens in bezug auf die viel verlangte wissenschaftliche Literatur, sehr knapp und teuer geworden, denn das Bücher verkaufende Publikum weiß auch fabelhafte Konjunkturpreise zu fordern, zumal bei Friedensausstattungen. Auf einer Berliner Auktion sind in diesen Tagen von einem Antiquar für »Klassiker der Kunst 1—25« M 2500.— bezahlt worden. — Der Sortimenter ist auch sonst nicht so glücklich daran, wie Herr Luz denkt. Die wie Pilze hervorsprossenden Versandbuchhandlungen, Auktionshändler, fliegenden Bücherhändler und Reisebuchhandlungen mit Katenbetrieb tun ihm großen Abbruch. Die Handlungsunkosten sind ungeheuer gewachsen, nicht zuletzt die Gehälter, dann Beleuchtung, Heizung, Miete, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer, Ausfuhrgebühren, jetzt die enormen Portokosten, Frachten und Kommissionsgebühren. Die von 40% auf 300% mit Vorbehalt erhöhten Verpackungsgebühren der Kommissionäre sind auch eine außerordentliche Belastung des Sortimenters, die von den 20% Zuschlag zu bestreiten sind. Der »mühevolle« Verkauf des Verlegers vollzieht sich beim »Zwischenhändler« also nicht so leicht, sein Risiko ist also jetzt größer als das des Verlegers. »Der Verleger bescheidet sich mit einem relativ viel geringeren Bruttogewinn«, sagt Herr Luz, weil nicht nur die Herstellungskosten höher geworden sind, sondern auch die Honorare. Die Autoren andererseits klagen wieder darüber, daß ihnen die Verleger nicht entsprechende Honorare zahlen. Es ist außerdem kein Zweifel, daß viele Verleger schon lange direkt ans Publikum ohne Sortimenterschlag oder nur mit 10% Zuschlag liefern, alle dieses »wirtschaftlich freiere Gelände« ist bereits vom Verleger betreten. Schon lange vor dem Kriege war das der Fall. Die großen Verlagsfirmen, die z. B. Vereinszeitschriften verlegen, wären keine guten Kaufleute, wenn sie diese billigen und wirksamen Verkaufsmöglichkeiten für ihre Verlagspublikationen nicht ausnutzen wollten. Verschiedene große Verlagsfirmen haben längst eigene Sortimente. Wenn gangbare Verlagswerke, wie z. B. auf dem Sprachengebiet die Langenscheidtschen Wörterbücher und Unterrichtsbriefe, um das 3½- bis 7fache des Friedenspreises bei erheblich schlechterer Ausstattung gestiegen sind, so hat der Sortimenter schon keinen »mühevollen« Absatz mehr, wenn aber Sammlungen wie »Aus Natur und Geisteswelt« von M 1.25 auf M 8.40 heraufgehen, so erklärt das große Publikum, daß es nun nicht mehr mitgeht; der Verleger behält seine Vorräte und der »Zwischenhändler« ist kaltgestellt. Dann hat der Verleger das von Herrn Luz gewünschte ganz freie Gelände für sich allein. Wenn nun auf Revers, wie bei »Fischer-Büchermann, Hausärztin«, ein Sortimenter sich auf einen Verkaufspreis von M 50.— festgelegt hat, und nach kurzer Zeit soll er sich schon wieder auf einen M 70.— oder M 100.— Verkaufspreis festnageln lassen, glaubt dann ein Verleger, daß der Sortimenter dem Verleger auf diesem Wege immer weiter folgen muß zu seinem eigenen Schaden? — Wahrlich, das Sortiment ist sehr »glücklich« daran, überhaupt jetzt in der Zeit der ewigen Preisschwankungen, der Preisschraube ohne Ende, und es ist die höchste Zeit, daß endlich stabile Verhältnisse eintreten, sonst wird auch der Verlag der »großen Gefahr« nicht zu entgehen vermögen!

P. Sch.

München-Glabbach, München-Glabb. oder M.-Glabbach!

Im Deutschen Reiche herrscht vorwiegend die irrige Ansicht, daß München-Glabbach ein Vorort Münchens sei, leider auch in den meisten Betrieben unserer Verlagshäuser, wie die falschen Adressierungen der Zuschriften und Pakete beweisen. Man findet München-Glabbach, München-Glabbach, München-Glabb., ja sogar München-Gl. Es ist da leicht erklärlich, daß die Postausgabestation in der Eile der Verteilung und Ordnung nur das erstgeschriebene, oft noch dazu gesperrt geschriebene oder sonst hervorgehobene Wort des Bestimmungsortes ins Auge faßt, was zur Folge hat, daß Pakete, Briefe, Ankündigungen usw. auf dem Umwege über München hier eintreffen. Umwege bedeuten aber heute mehrere Tage, wenn nicht Wochen, Verspätung, wie das bei Paketen oft der Fall ist.

Die Verleger dürften im eigenen und im Interesse der hiesigen Buchhandlungen gut daran tun, in ihren Expeditions- und Vertriebsabteilungen diese kleine geographische Verwirrung auszumergen und Anweisung zu geben, daß die richtige, beste und sicherste Adressierung »M.-Glabbach« ist.

M.-Glabbach.

E. Körner.