



# Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint wochentlich. Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag eingeschlossen, weitere Exemplare zum eigenen Gebrauch frei. Geschäftsstelle oder bei Postüberweisung innerhalb des Deutschen Reiches 80 Mark halbjährlich. Nichtmitglieder im Deutschen Reich zahlen für jedes Exemplar 80 Mark halbjährlich. Nach dem Ausland erfolgt Lieferung über Leipzig oder durch Kreuzband, an Nichtmitglieder in diesem Falle gegen 1.50 Mark Zuschlag für jedes Exemplar.

Rationierung d. Börsenblattraumes, sowie Preissteigerungen, auch ohne besond. Mitteilung im Einzelfall jederz. vorbehalten.

Die ganze Seite umfaßt 360 dergespaltene Pettzellen, die Zeile oder deren Raum kostet 2.25 M.; Mitglieder des Börsenvereins zahlen für eigene Anzeigen 75 Pf. f. d. Zeile, 1/2 S. 250 M., 1/3 S. 130 M., 1/4 S. 65 M., Stellengesuche werden mit 40 Pf. die Zeile berechnet. In dem illustr. Teil: f. Mitgl. d. Börsenvereins 1/4 S. 110 M., 1/2 S. 210 M., 1/3 S. 400 M., f. Nichtmitgl. 180 M., 350 M., 650 M. 25% T.-S. Beil. werden nicht angenommen. / Beiderseit. Erfüllungsort ist Leipzig.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 276 (R. 184).

Leipzig, Dienstag den 7. Dezember 1920.

87. Jahrgang.

## Redaktioneller Teil.

### Zur Neuordnung des Buchhandels.

Von L. Bloch.

Der Aufforderung, die in dem Aufsatz »Zur Lage« im Börsenblatt vom 5. November an jedes Mitglied gerichtet ist, seine Auffassung von der Lösung der Frage des Buchhandels darzulegen, wollen diese Zeilen Folge leisten.

Vortweg möchte ich sagen, daß ich eine ideale einheitliche Lösung der Frage, die alle Buchhandelsinteressen gleichzeitig befriedigt, angesichts der bestehenden unterschiedlichen Wirtschaftsverhältnisse für ausgeschlossen halte. Es wird nichts übrig bleiben, als die Gebiete zu scheiden, bei denen der Verleger den Vertrieb der Sortimenten für überflüssig oder wenigstens entbehrlich hält, von denjenigen, bei denen der Verleger überzeugt ist, daß er für seinen Absatz das Sortiment braucht.

In erster Linie erscheint es deshalb notwendig, das Gebiet der wissenschaftlichen Literatur wesentlich anders zu behandeln als andere Gebiete. Der wissenschaftliche Verleger steht nach seinen Äußerungen in dem Sortiment, der einen zureichenden Verdienst für seine gestiegenen und fortwährend weiter wachsenden Unkosten braucht, einen Zwischenhändler, dessen erhebliche Verrentierung der Bücher er und das wissenschaftliche Publikum allenfalls entbehren können. Ob das richtig ist, daß beide Teile, wissenschaftliche Verleger und wissenschaftliches Publikum, des Sortimenters entraten können, steht hier nicht zur Frage. Jedenfalls ist von diesen beiden Seiten der Sortimenten als der entbehrliche Verteiler hingestellt worden, und es ist auch nicht anzunehmen, daß weitere Verhandlungen einen Standpunkt werden finden lassen, dem die beiden äußersten Parteien im Buchhandel, die Unentwegten und die Gilde, zustimmen können.

Die wirtschaftlichen Verhältnisse werden also über kurz oder lang die Probe erzwingen, ob der wissenschaftliche Verleger ohne das allgemeine Sortiment auskommen kann, und ob der Sortimenter, der nicht sein Hauptgebiet im wissenschaftlichen Gebiet hat, besser tut, auf die Lieferung wissenschaftlicher Werke zu verzichten, statt mit Verlust oder doch ohne zureichenden Verdienst zu arbeiten. Steht aber diese Stunde doch bevor, so ist es besser, zu einem klaren Entschluß auf beiden Seiten zu gelangen, statt sich von der wirtschaftlichen Not weiter überrennen zu lassen. Der wissenschaftliche Sortimenter wird zu festen Entschlüssen kommen müssen, zu welchen Bedingungen er noch eine lohnende Vertriebsarbeit leisten, und für welche Verleger er demgemäß sich noch betätigen kann. Schließt er sich, wie schon in Marburg beabsichtigt war, mit den für die wissenschaftliche Literatur wichtigen Firmen zusammen, so wird er zumelst Bedingungen mit den Verlegern vereinbaren können, die er für zureichend hält. Wo er sie nicht erhält, wird er sich entschließen müssen, diese Tätigkeit aufzugeben. Daß diese Zumutung Opfer, unter Umständen große Opfer erfordert, ist mir gegenwärtig. Aber Klarheit über notwendige Opfer ist besser, als langsames Verbluten. Denn auf ersteres kann man sich einrichten, am letzteren geht man zugrunde.

Der wissenschaftliche Verleger wird einen nicht unerheblichen Teil seines Publikums zum direkten Bezug veranlassen können, wie er das übrigens in vielen Fällen längst tat und tun mußte.

Er wird aber nunmehr auch bei zahlreichen Sortimentern auf ihre Hilfe verzichten müssen, denen er keinen zureichenden Verdienst gewähren will oder kann, und denen er seine Verlagswerke nur noch mit einem Besorgungsrabatt liefern würde. Ob Verleger völlig auf die Lieferung durch das Sortiment verzichten, muß der Erwägung des einzelnen überlassen bleiben.

Ein Lieferungszwang besteht bekanntlich auch für die Mitglieder des Börsenvereins untereinander nicht. Einer Änderung der Vorschriften des Börsenvereins bedürfte es also in diesem Punkte nicht. Aber die Rücksicht auf das Sprichwort: »Allzu scharf macht schartig« wird auch die Verleger-Erwägungen beherrschen.

Keiner von beiden Teilen kann auf die Dauer gezwungen werden, gegen seine Interessen zu arbeiten. Aber keiner darf auch dem anderen Teile bei der Wahrnehmung der eigenen Interessen in den Weg treten. Der Verleger sollte also dem Sortimenter nicht verwehren, bei unzureichendem Rabatt einen Zuschlag zu erheben, der für sein Bestehen notwendig ist. Der Sortimenter sollte aber auch nicht verlangen, daß dieser Zuschlag von einem Verleger geschützt wird, der diesen Zuschlag zum Ladenpreis für ein schweres Absatz-Hindernis erklärt. Der Ausgleich für diese Gegensätze wird wirtschaftlich vom Publikum hergestellt werden. Das Publikum, das die billigere Einkaufsquelle kennt, wird sich an den Verleger wenden. Der Sortimenter brauchte hierzu freilich in keiner Weise behilflich zu sein, weder durch Auskunft noch durch Ansichtsendung an in diesem Sinne unsichere Kantontisten. Das Publikum, dem der Sortimenter aber nicht die Besorgungsstelle, sondern die Beschaffungsquelle ist, wird nach wie vor von ihm beziehen, auch seinen gelegentlichen Bedarf an wissenschaftlichen Büchern. Im wissenschaftlichen Publikum wird ein erheblicher Teil die Verlagsquelle kennen. Dies ist ja aber auch die ganze Frage, um die es sich dauernd dreht. Im übrigen Buchhandel wird der Fall des Bezuges vom Verleger eine Ausnahme bleiben, und das Publikum wird sich nach wie vor nicht um die Ermittlung des Verlegers kümmern.

Und nun zu den beiden anderen Vortwörtern, die Sortiment und Verlag einander machen: erstens, daß der Verleger überhaupt an das Publikum liefert, und zweitens, daß das Sortiment durch seine Zuschläge den Verlag in eine schiefe Stellung zu seinen Autoren bringt. Der öfters erhobene Anspruch des Sortimenters, daß der Verleger als Hersteller überhaupt nur durch den Sortimenter als Einzelhändler liefern sollte, kann für den Buchhandel nicht als ebenso gerechtfertigt angesehen werden wie sonst im Handel. Im allgemeinen Handel ist der Hersteller der Großhändler, der seine Waren nur partielle verkauft und die Lieferung an das Publikum schon deshalb ablehnt, weil er einzelne Stücke überhaupt nicht abgibt. Im Buchhandel leistet aber der Hersteller auf Verlangen des Sortimenters außer seinen Herstellungs- und Vertriebsarbeiten auch noch die Arbeit des Einzelhandels, nur daß in dem jetzt in Rede stehenden Fall nicht der letzte Käufer, das Publikum, der Abnehmer ist, sondern der Sortimenter. Aus dieser Arbeit des Einzelverkaufs, ja der kommissionsweisen Hingabe eines einzelnen Exemplars an den Sortimenter mußte sich in Verbindung mit dem Umstand, daß der