



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Er erscheint werktäglich. 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 diergefaltene Petitzellen, 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., Stellengebote 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.-Z. Beil. werden nicht angenommen. / Beiderseit. Erfüllungsort ist Leipzig.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 277 (R. 185).

Leipzig, Mittwoch den 8. Dezember 1920.

87. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Verein der Buchhändler zu Leipzig.

Bekanntmachung.

Im November wurden in den Verein der Buchhändler aufgenommen:

- Herr Ernst Baedeker i. Fa. Karl Baedeker,
- „ Anton J. Benjamin i. Fa. Anton J. Benjamin,
- „ Wilhelm Hartung i. Fa. Wilhelm Hartung,
- „ Emil Sakersdorff i. Fa. Emil Sakersdorff,
- „ Alexander Strauß i. Fa. Alexander Strauß.

Leipzig, den 1. Dezember 1920.

Der Vorstand des Vereins der Buchhändler zu Leipzig.
 R. Sinnemann, Otto Voigtländer,
 Vorsteher. Schriftführer.

Urheberrechtseintragsrolle.

Leipzig.

In der hier geführten Eintragsrolle ist heute folgender Eintrag bewirkt worden:

Nr. 615. Die Firma Kösl & Cie., Verlagsbuchhandlung in München, meldet an, daß Herr Kurt Friedrich, geboren am 11. April 1882 zu Wilmersdorf bei Berlin, Urheber des im Jahre 1920 in ihrem Verlage pseudonym erschienenen Werkes
Praschnas Geheimnis,

Kriminalroman von Friedrich Treffs,

sei. Tag der Anmeldung: 18. Oktober 1920. Eintr.-Nr. 38.

Leipzig, am 25. November 1920.

Der Rat der Stadt Leipzig als Kurator der Eintragsrolle.
(Deutscher Reichsanzeiger Nr. 275 vom 3. Dez. 1920.)

Zur Geschichte des festen Ladenpreises*).

Von J. Spidtfriedrich.

Die Geschichte des Preises beginnt, natürlich, mit dem Verlegerpreis.

Der Verleger hat zunächst für seine eigenen Bücher nicht notwendig feste Preise, er handhabt sie nach den Ansprüchen des Vertriebs, seiner Leichtigkeit oder Schwierigkeit. Er gelangt zu einem festen Preis für ein und dasselbe Buch auf dem Wege eigenen Geschäftsinteresses im Hinblick auf die Konkurrenz. Auch dann werden die Verlagswerke größtenteils am Verlagort billiger gegeben als auf der Messe. Zum Beispiel Jenaer Verlags-

*) Obgleich geschichtliche Aufsätze im allgemeinen im Börsenblatt, das vor allem den Tagesfragen des Buchhandels dienen soll, erst in zweiter Linie Berücksichtigung finden können, so dürfte doch diese geschichtliche Darstellung der Entwicklung und Bedeutung des festen Ladenpreises im deutschen Buchhandel gerade jetzt Beachtung beanspruchen können, weil sie Grundsätzliches zur Beurteilung einer der wichtigsten Zeitfragen des deutschen Buchhandels herbeibringt, was manchem Leser für seine Stellungnahme zu der jetzt so lebhaft erörterten Streitfrage über die Erhaltung des festen Ladenpreises willkommen sein wird.

Red.

werke zur Reformationzeit an den Wiederverkäufer in Jena zu 18, auf der Leipziger Messe 19, auf der Frankfurter Messe 20 Groschen das Einzelbuch.

Dieser Verlegerpreis gilt größtenteils, beobachtbar z. B. noch in der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts, unterschiedslos für Buchhandel und Publikum. Es ist der gemeine oder Ordinärpreis, die »Frankfurter Tag«. Indessen erhält im allgemeinen der Wiederverkäufer schon von der Frühzeit ab einen Vorzugspreis, indem der Verleger ihm also Rabatt gewährt, vom Einzelpreis des Einzelbuches bei größeren Werken; im übrigen (bei den späteren »Riesachen«) einen Ries- oder Ballenpreis nach Bogenzahl (gleichviel, ob Exemplare desselben Artikels oder verschiedener Artikel); so auch bei größeren Werken, wenn größere Partien genommen werden.

Von einer feststehenden Höhe des Rabatts kann man dabei im 16. Jahrhundert noch nicht reden. Man kann etwa sagen, daß er sich in der Höhenlage von 20%, 25% bewegt. Er steigt und sinkt aber sogar ziemlich willkürlich bei ein und demselben Buche, richtet sich nach dem Bedarfsquantum. Plantin gibt verschiedenen Buchhändlern 12, 12 1/2, 15, 16, 16 2/3, 20, 25, 40%.

Die Herrschaft des festen und gleichen Buchhändlerabatts beginnt in der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts; der herrschende Rabatt ist seitdem der Drittel-Rabatt, für niedrigere Rabattsätze 25%. Daneben kommen noch niedrigere Sätze vor.

Der unterschiedslos für Buchhandel und Publikum geltende Verlegerpreis jedenfalls (der Messpreis, die Frankfurter Tag), von dem der Wiederverkäufer seinen Rabatt erhält, stellt den Ladenpreis (Ordinärpreis) dar, im Unterschied zum Buchhändlerpreis (Nettopreis). Wie verhält sich nun der Wiederverkäufer beim Verkauf des Buches zu jenem, dem Ordinärpreis? So, daß der Ordinärpreis dabei die Grundlage bildet, ohne doch genau eingehalten zu werden. Er erhält gewisse Zuschläge. Auf den Messpreis (Ordinärpreis) werden gemeinhin besonders bei weiterer Entfernung Fracht- und Messungskosten aufgeschlagen. Und allgemein ist zu bedenken: der Preis des Sortimentartikels in concreto bestimmt sich im Tauschhandel letzten Endes nicht nach dem Preise dieses Buches selbst (als einem für sich feststehenden, dem Buche von seinem Verleger gegebenen Preise), sondern nach dem Tauschgut (eigenen Verlagsartikel), mittels dessen der Sortimenter (Verlegerfortimenter) es erworben hat.

Damit erhält der Sortimenterpreis des nämlichen Buches gewisse Abweichungen vom Verlegerpreis und gewisse örtliche Verschiedenheiten.

Richtet man den Blick auf diese konkrete Gestaltung, so erscheint der Ordinärpreis des Verlegers als der alte Verkaufspreis, der gleichmäßig für jeden Käufer, den Buchhändler und den Bücherkäufer, gilt und es dahingestellt sein läßt, zu welchem Preise der Bücherkäufer »Buchhändler« das Buch weiterverkauft. Der Verleger verrechnet sein Verlagsbuch dem Buchhändler gegenüber zu seinem Ordinärpreis, und er verkauft es zum gleichen Ordinärpreis am Ort an einen beliebigen Käufer, den Partikulier, das Publikum. Der Buchhändler als Großabnehmer erhält dabei einen Vorzugspreis und schlägt als Sortimenter einen Ortszuschlag darauf. Trotzdem liegt die Idee zugrunde, daß