

meinen Kollegen vom Sortiment, daß sie nicht umeille Vorteile sich zu erringen suchen, sondern daß sie, wie bisher, als ehrenwerter, der Kultur dienender und anständiger Stand und Teil des Buchhandels und des Börsenvereins nur das für sich in Anspruch nehmen, was sie für ihr Leben unbedingt notwendig gebrauchen.

Endlich, meine Herren, ist der Vorschlag gemacht worden, der Ihnen vorliegt und um dessentwillen und zu dessen Beratung wir heute hier versammelt sind. Wir halten — und ich bitte uns das zugute zu halten — unsern Vorschlag für den besten von allen. Es ist nicht Eitelkeit, die uns dazu treibt, das auszusprechen; aber wir haben uns mit unserem Vorschlage und mit der ungeheuren, intensiven Arbeit, die in diesem Vorschlage steckt, so lange Wochen und Monate beschäftigt, daß jeder von Ihnen, der nicht dieselbe Arbeit, nicht dasselbe Interesse diesem Vorschlage gewidmet hat, kaum in der Lage ist, zu übersehen, was in unserm Antrage steckt.

Unser Antrag zerfällt, wie ganz deutlich ersichtlich ist, wenn ich von der Einleitung zunächst absehe, in zwei Teile: in einen ersten Teil, der die Verhältnisse mit dem wissenschaftlichen Verlag und Buch regeln soll, und in einen zweiten Teil, der die Verhältnisse mit dem sogenannten schönwissenschaftlichen Verlag und Buch regelt. Ich sehe dabei ab von einem dritten Teil, der die Verhältnisse mit dem Schulbuche regelt, das man ja gewissermaßen mit als wissenschaftliches Buch bezeichnen kann und das naturgemäß und traditionell meist mit einem noch geringeren Brutto- und Nettogewinn für den Buchhandel verkauft worden ist als das wissenschaftliche Lehrbuch.

Wir haben, der Tradition des Buchhandels und des Börsenvereins folgend, mit großem Verantwortungsgefühl diese Unterschiede in der Gewinnspanne bei den verschiedenen Arten und Gattungen des deutschen Buches gewahrt. Wir haben uns gesagt: wir können nicht verlangen, daß das wissenschaftliche Buch, das Kulturdämon im eminenten Maße ist, das das Ansehen des Deutschtums und der deutschen Wissenschaft im Auslande groß gemacht hat und in Zukunft groß machen soll, mit einem so ausgiebigen Nutzen verkauft wird wie etwa der Roman oder die Tagesbrochure oder ähnliche Erzeugnisse, die lediglich der Unterhaltung oder der flüchtigen Belehrung dienen. Wir sind deshalb zu der Überzeugung gekommen, daß wir von dem für unsere Betriebe errechneten Durchschnittsgewinn beim wissenschaftlichen Buche Abstriche und Abschreibungen machen müssen, die allerdings, wenn die Betriebe aufrechterhalten werden sollen, in irgendeiner Form wieder eingeholt werden müssen, und da ist eben die einzige Möglichkeit, sie einzuholen, das schönwissenschaftliche Buch. Meine Herren, das ist nichts Neues. Auch bisher hat der schönwissenschaftliche Verlag — und er hat sich oft darüber beschwert — in vieler Beziehung die Kosten der geringen Rabattierung getragen, die der wissenschaftliche Verleger gegeben hat oder glaubte geben zu müssen.

Wir haben ferner bei dem Schulbuche auf jeglichen Gewinn verzichtet; denn ich mache darauf aufmerksam, daß eine gut geleitete Buchhandlung mit Propaganda und mit einem größeren Kreise von Mitarbeitern heute mit einer Spesenlast von mindestens 25%, in sehr vielen Fällen aber von 30% und mehr arbeitet. Wenn wir also das Schulbuch mit einem Rabatt von 30%, zuschlagsfrei verkaufen wollen, dann verdienen wir tatsächlich am Verkaufe des Schulbuches nichts.

Die Ordnung, wie wir sie Ihnen vorlegen, ist eine kaufmännisch und rechtlich unanfechtbare. Sie ist kaufmännisch deshalb unanfechtbar, weil auch der Kaufmann anderer Branchen seine Ware danach auszeichnet und mit Preisen versieht, wie er sie einkauft; das heißt eine Ware, die er niedrig einkauft, wird er mit einem geringeren Aufschlag zu belegen haben als eine Ware, die er zu hohen Preisen einkaufen muß: prozentual gerechnet. Dieses kaufmännische Prinzip haben wir in unserm Antrag übernommen. Wir haben gesagt, daß die Ware Buch, die ausreichend rabattiert ist — über das Wort „ausreichend“ wollen wir uns jetzt augenblicklich einmal nicht unterhalten; wir wollen es vielleicht kurz skizzieren: eine ausreichende Rabattierung ist die Rabattierung, die dem Sortimentler einen bescheidenen Lebensnutzen gewährt, und die es ihm ermöglicht, seinen Betrieb, richtig und kaufmännisch geleitet, aufrechtzuerhalten — wir haben also gesagt, daß die Ware Buch, die ausreichend rabattiert ist, ohne Zuschlag verkauft werden kann, daß die andere Ware Buch, die weniger ausreichend, aber doch noch nicht ganz unzureichend rabattiert ist, mit einem geringen Zuschlag belegt werden kann, und daß endlich die Ware Buch, die gänzlich unzureichend rabattiert ist, mit einem höheren Zuschlag belegt werden muß. Mit einem Zuschlage über 20% hinaus soll auch die Ware nicht belegt werden, die völlig unzureichend rabattiert ist. Insofern haben wir uns also eine Fessel auferlegt, die der sonstige Kaufmann nicht kennt.

Aus unserer Ordnung werden Sie, wenn Sie sie prüfen, ersehen, daß automatisch der Zuschlag zum Ladenpreise einsetzt und wieder fällt, je nachdem, wie die Rabattierung des Verlegers aussieht. Die Schwierigkeiten, die für das Sortiment bei einer derartigen Ordnung entstehen, meine Herren Kollegen, sind lediglich Sache des Sortiments. Der Verlag hat dabei keine Schwierigkeiten. Er bleibt bei seinem bisherigen System, nach eigener und freier Kalkulation seine Bücher mit höherem oder niederem Rabatt zu liefern. Alle Schwierigkeiten beim Verkauf, bei der Auszeichnung, bei der Unterscheidung der verschiedenen Gruppen und Sparten des Buches fallen dem Sortiment zu, und, meine Herren, das Sortiment ist bereit, diese Schwierigkeiten im Interesse des Ganzen, also auch des Verlags, zu übernehmen.

Wir haben in unserem Antrage die eine Bedingung gestellt, daß Abkommen des Verlags mit dem Sortiment über Rabatthöhe und dergleichen einem so großen Teile des Sortiments zugute kommen müssen, daß der deutsche Sortimentsbuchhandel im ganzen — der Teil des Sortimentsbuchhandels, der für die Gesamtheit des Verlags als erhaltenswert angesehen wird — nicht gezwungen ist, wirtschaftlich unterzugehen. Wir haben insolgedessen eine Stammrolle empfohlen. Der Name tut nichts zur Sache. Sie können es ganz anders nennen. Sie können das System, wie wir es vorgeschlagen haben, vollständig austauschen. Was wir mit dieser Stammrolle wollen, das ersehen Sie alle, und das habe ich eben mit kurzen Worten erklärt: wir wollen die Kulturträger des deutschen Buchhandels, den Teil des Sortiments, der zum mindesten für einen großen Teil des Verlags ein lebhaftes Interesse hat und an dem auch der Verlag ein lebhaftes Interesse hat, erhalten, und wir wollen ihm die auskömmlichen Bezugsbedingungen auch sichern bei denjenigen Verlegern, in deren Verlagszeugnissen er zufällig nur einen geringen Absatz erzielt.

Meine Herren, wir haben uns ja in den Sortimenterversammlungen der letzten Tage bereits darüber unterhalten, daß der große Absatz allein durchaus nicht das Interesse des Sortimenters für den Verlag bezeugt. Wir finden, daß ein Sortimentler, der etwa eine Bibliothek als Kundin hat, an die er jährlich für 10000 oder 20000 M ohne sein Zutun zu liefern hat, von dem Verleger als Verbreiter seiner Produktion angesehen wird, während der Nachbarfortimentler, der nicht das Glück hat, an eine solche große Bibliothek zu liefern, der sich aber redlich bemüht, an zwei Ärzte, zwei Rechtsanwälte, einen Pastor und ein paar Lehrer seiner Kleinstadt deutsche Bücher und vor allem deutsche wissenschaftliche Bücher abzusetzen, jedoch naturgemäß jenen Absatz nicht erreichen kann, von dem Verleger über die Schulter angesehen wird und nach den neuen Sonderabmachungen nicht nur mit dem bisherigen verhältnismäßig doch nicht allzu hohen Rabatt geliefert bekommt, sondern auch dafür bestraft werden soll, daß er nicht in der Lage ist, nun von dem einen oder andern wissenschaftlichen Verleger den ausreichenden Absatz zu erzielen. (Bravo!) Meine Herren Kollegen, wenn der deutsche wissenschaftliche Verleger je einen groben und taktischen Fehler und eine Unflugheit sondergleichen begangen hat, dann hat er es damit getan, daß er gesagt hat: Wir geben einem kleinen Teil des wissenschaftlichen Sortiments einen erhöhten Rabatt, aber der andere muß die Zeche bezahlen und wird dafür bestraft, daß er nicht denselben Umsatz erzielen will oder erzielen kann. Dadurch haben die Herren im deutschen Sortimentsbuchhandel eine Einheitsfront gegen