

III. An Geschenken gingen ein:

- M 100.— J. Rax & Co., Breslau, als Buße eines Ladenbiebes.
 M 300.— Ungenannt »In einer Sühneangelegenheit«.
 M 500.— Süddeutsches Verlags-Institut Julius Müller, München,
 »der erzieherischen Wirkung wegen«.

Etwaige Veränderungen der Firmen oder Stellungen bitte dem Unterzeichneten mitzuteilen, da hierdurch die Führung der Mitgliederliste wesentlich erleichtert wird.

Gleichzeitig werden die Mitglieder, die ihren Beitrag noch nicht bezahlt haben, gebeten, denselben umgehend einzusenden, um dem Verein die bei dem jetzigen teuren Porto entstehenden hohen Unkosten für die Mahnung zu ersparen.

Berlin, den 31. Juli 1921,
 B. 35, Potsdamerstr. 41a.

Rax Schotte,
 Schatzmeister.

Feriengedanken eines friedliebenden Verlegers!

worüber nachzudenken Sortimentern und Verlegern wohl aufstehen würde.

1. Kollege vom Verlag! Überlege dir, wer das zwar nicht weniger arbeitsreiche, aber trotzdem angenehmere und freiere Leben führt, der Verleger oder der Sortimenter. Verstehe die Eigenart der Arbeit des Sortiments und daraus die Eigenart des Sortimenters. Begreife, daß Kleinarbeit oft kleinlich macht. Sei dem Sortimenter dankbar, daß er dir den mühsamen Einzelverkauf abnimmt. Achte diese Kleinarbeit nicht als notwendiges Übel, sondern als eine notwendige Ergänzung deiner Arbeit.

2. Kollege vom Verlag! Gib dem Sortimenter einen guten Rabatt, dann kann er sich auch freier bewegen und braucht nicht mehr nervös zu sein. Laß diesen Rabatt nicht eine Gnade oder ein Almosen sein, sondern die gebührende Gegenleistung für eine dir nützliche und nötige Arbeit. Hat nicht der Verleger durch Jahrzehnte hindurch aus dem Idealismus des Sortimenters Vorteile gezogen, ohne den Rabatt wirklich auskömmlich festzusetzen? Unsere Verlagsrabattpolitik war nicht immer großzügig! Noch ist es nicht zu spät, ein gesundes Sortiment zu schaffen. Überlege dir, ob nicht eine neue Organisation an Stelle des bisherigen deutschen Sortiments dich viel mehr kosten würde als ein guter Rabatt.

3. Kollege vom Verlag! Gedanke auch der geistigen Arbeiter, sie sind in Not! Bedenke, daß du sie ebenso gut brauchst wie sie dich. Der Autor kann keine wertvollen Bücher schreiben, wenn er von morgens bis abends von Sorgen um sein tägliches Brot und seine Familie geplagt wird. Zahle deinem Autor nicht nur anständige Honorare, das versteht sich von selbst, sondern gib freiwillig so viel, als du verantworten kannst. Auch dann wird mancher Oberschreier auf der Autorenseite noch nicht zufrieden sein; aber du hast dann wenigstens ein gutes Gewissen, und der Nährboden für Kulturabgabe und ähnlichen Unsinn ist nicht mehr vorhanden. Ich hatte in letzter Zeit Einsicht in Verlagsverträge und Verlagsangebote, die keine Ehre für unseren Stand waren. Kannst du ein Manuskript nicht angemessen honorieren, so verzichte auf Drucklegung. Mancher Schriftsteller wird dadurch zugunsten der deutschen Literatur veranlaßt, die Feder mit einem praktischen Handwerkszeug zu vertauschen. Auf den Bureaus fehlen ständig helle Köpfe, und mancher Frau steht der Kochlöffel besser als die Schreibfeder.

4. Kollege vom Verlag! Setze deine Ladenpreise nicht zu knapp an, damit deine Autoren, deine Mitarbeiter und deine Wiederverkäufer nicht nur existieren, sondern leben können. Dann hast du auch genügend Verdienst, um aus ideellen Gründen einmal ein Werk ohne Gewinn zu verlegen. Selbst manche Bücherkäufer verstehen es nicht, daß Bücher verhältnismäßig billiger sind als andere Dinge. Sie kalkulieren: Was muß der Kerl von Verleger früher für ein Geld verdient haben, daß er nun so billig sein kann! Wende deine kostbare Zeit nicht an langwierige Berechnungen, wie du auf Kosten anderer der billige Mann sein kannst! Solweit das Publikum gedankenlos über die Höhe des Preises schimpft, erziehe es durch entsprechende Propaganda zum

Verständnis für den Wert des Buches und zur Berechtigung eines angemessenen Preises. Das Sortiment wird deine Arbeit in diesem Sinne schätzen und fortsetzen!

5. Kollege vom Sortiment! Bedenke, daß die meisten Verleger jahrelang im Sortiment gewesen sind, also nicht ganz so dumm und lebensfremd sind, wie du sie ansiehst. Wieviel Sortimenten haben aber im Verlag gearbeitet? Beruht dein fehlerhaftes Urteil nicht oft auf dem Unvermögen, den Verlag überhaupt beurteilen zu können?

Du hast den Idealismus auch nicht allein gepachtet. Es gibt viele Verleger, die mit voller Kraft und voller Überzeugung hinter ihrem Verlage stehen und denen das Verlegersein eine kulturelle Aufgabe bedeutet.

Bedenke, der Verleger hat auch seine Sorgen. Du hast weniger Risiko und arbeitest meist mit verhältnismäßig geringem Kapital, während der Verleger oft mit fremdem Gelde arbeitet und für fremde Gelder die Zinsen verdienen muß. Denke daran, daß die Verlagskalkulation viel schwieriger ist, als die des Sortiments. Verlegen und verdienen ist nicht dasselbe. Warum gehen verhältnismäßig viel mehr Verleger zugrunde als Sortimenten?

6. Kollege vom Sortiment! Sei in deinen Forderungen nicht zu anspruchsvoll. Du mußt leben und verdienen, aber du sollst kein Geldjäger werden, der nie genug kriegen kann. Ist dir nicht der Konjunkturgewinn der letzten Jahre, für den du wirklich nichts kannst, etwas zu Kopf gestiegen, gerade nach den vorhergegangenen Jahrzehnten der allzu großen Knappheit? Schreibt nicht mancher unter euch »verdienen« allzu groß und macht den Tanz um das goldene Kalb mit, wie wenn er ein Schieber wäre?

7. Kollege vom Sortiment! Überlege die nachfolgenden Zeilen einmal ganz besonders. Willst du nicht aus prinzipiellen Gründen und aus eigenem Interesse in erster Linie Bücher verkaufen, die der Geldentwertung Rechnung tragen? Ein Beispiel: Verleger A setzt die Ladenpreise für dieselbe Menge verkaufter Bücher auf 100 000.— M fest und gibt 40%. Du hast daran einen Bruttogewinn von 40 000.—. Verleger B will trotz der Geldentwertung der billige Mann sein, setzt die Ladenpreise auf 80 000.— M fest und gibt 35%. Dein Bruttogewinn beträgt also 28 000.— M. Haben nicht im ersten Fall Verleger und Sortimenter die Möglichkeit, ihre Autoren und namentlich auch ihre Mitarbeiter im Buchhandel gut zu bezahlen, ihre Steuern zu leisten und selbst normal und anständig zu verdienen? Müssen sie nicht im zweiten Falle an Autorenhonoraren und Mitarbeitergehältern in beinahe unanständiger Weise sparen und haben wohl am Ende des Jahres trotz Mühe und Arbeit weder im Verlag noch im Sortiment kaum die Zinsen verdient, von einem angemessenen Unternehmergewinn gar nicht zu reden? Das Publikum kauft natürlich je billiger, desto lieber und kümmert sich den Teufel darum, ob Hungerlöhne daran kleben. Das Publikum muß und wird sich an die höheren Preise entsprechend der Geldentwertung gewöhnen, wenn du nur willst und mit dem Verleger zusammen arbeitest. Das heißt, wenn du in erster Linie Bücher verkaufst, deren Preis jedem Beteiligten seinen angemessenen Anteil gewährleistet. Auch deine Gehilfen und Verkäufer werden dafür Verständnis haben, daß du bei 40 000.— Mark Bruttogewinn ihnen bessere Gehälter zahlen kannst, als bei 28 000.— M. Verlange deshalb von ihnen, daß auch sie sich in erster Linie für den Verkauf von Büchern einsetzen, die der Geldentwertung bezüglich Ladenpreis und Rabatt Rechnung tragen.

8. Kollege vom Sortiment! Überlege, ob du noch das Vertrauen besitzt, das dir früher vom Publikum und Verlag entgegengebracht worden ist. Den Bücherkäufer hast du durch die wilden Teuerungszuschläge sehr vor den Kopf gestoßen. Er hat nicht mehr den alten Glauben an die Verlässlichkeit des Sortimenters. Und der Verleger? Kann er noch volles Vertrauen zu dir haben? Muß er sich nicht bei künftigen Verhandlungen fragen, ob das Sortiment es mit eingegangenen Verpflichtungen ernst nimmt oder solche als einen »Fetzen Papier« behandelt? Die Kantatebeschlüsse bezüglich des Teuerungszuschlags waren kein Meisterwerk, und ich als Verleger habe mich über manches gewundert. Aber lieber Kollege vom Sortiment, zuerst einen Vertrag einstimmig gutheißen, 6 Wochen lang darüber schweigen und