

hielten, da auch diese jetzt Valutazuschlag bezahlen sollen. Zeis sind sie wirtschaftlich nicht dazu in der Lage und teils fühlen sie sich als Deutsche zweiter Klasse behandelt und vermeiden den Einkauf deutscher Bücher. Zur Stärkung des Deutschtums in den abgetretenen Landesteilen führt diese Maßregel nicht

G. Soltau.

Freiburg i. Br.:

Mit einiger Besorgnis hat wohl mancher Kollege dem Weihnachtsgeschäft entgegengesehen. Die in den letzten Monaten eingetretene Teuerung aller Genuß- und Bedarfsartikel ließ befürchten, daß für das Buch wenig mehr übrig bleiben würde. In einer Beziehung hat aber die Teuerung dem Buche einen Dienst erwiesen: bei der allgemeinen Teuerung sind auch die erhöhten Bücherpreise ohne Bedenken glatt bezahlt worden. Die alten Kunden aus dem Mittelstande und die Gelehrtenwelt haben ihren Bedarf wohl zumeist aus eigenen Beständen, aus dem Antiquariat und vielfach direkt gedeckt.

Mehr oder weniger hat das buchhändlerische Weihnachtsgeschäft im abgelaufenen Jahre schon Mitte November eingesetzt, deshalb sind auch die letzten Erscheinungen durchweg zu spät gekommen. Der fast völlige Ausverkauf in der Textilbranche hat vielleicht den früheren Büchereinkauf begünstigt, kam ihm überhaupt wohl zugute.

Im großen und ganzen war das Weihnachtsgeschäft wenigstens in der Menge der Verkäufe zufriedenstellend, der Absatz der letzten Friedensjahre wurde aber nur in seltenen Fällen erreicht. Die Bücherpreise haben einen merklichen Einfluß auf den Absatz nicht bewirkt. Wer nicht über die nötigen Scheine verfügen konnte, ist dem Buchladen fern geblieben.

Die Neuerscheinungen auf belletristischem Gebiete fanden guten Absatz. Das verspätete Erscheinen der Weihnachtscataloge hat jedenfalls bewirkt, daß ältere Bücher dieser Gattung titelmäßig eigentlich wenig verlangt worden sind. Auch die Klassiker fanden nicht den erhofften Abgang, während kunstgeschichtliche Werke in mittlerer Preislage zu M. 70.— bis 100.— gern gekauft wurden.

Memoirentwerke und geschichtliche Darstellungen traten völlig in den Hintergrund. Bismarck, Gedanken Band 3, und Stegmann, Weltkrieg Band 4, hatten schnell ein allerdings ziemlich mäßiges Interesse auf sich gezogen und alle andern Werke mehr oder weniger verdrängt. Für kriegsgeschichtliche Darstellungen — auch in Form von Jugendschriften — bestand keine Kauflust.

Märchenbücher, Robinsonaden und gut ausgestattete Jugendschriften verkauften sich sehr gut. Der Preis je nach Umfang von M. 30.— bis 40.— und auch darüber kam gar nicht in Frage. Dagegen fanden Bilderbücher im großen und ganzen wenig Absatz. Das Geschäft ist jedenfalls an die Warenhäuser und Buchbinder verlorengegangen. Schöne Bilderbücher kommen unter den heutigen Verhältnissen zu teuer, und minderwertige kauft das Stammpublikum der Buchhändler nicht.

Im ganzen war das Weihnachtsgeschäft recht lebhaft und innerlich befriedigend, kamen doch zum Teil die alten Kunden wieder zu kleineren Einkäufen. Und trotzdem werden sehr viele Kollegen die Erfahrung gemacht haben, daß alle Einnahmen kaum hinreichen zur Lagerergänzung, da alle Nachbestellungen ganz wesentlich teurer zu stehen kommen. Wie sollen dann in Zukunft die steigenden Lasten und Kosten aufgebracht werden?

Der Verein Freiburger Buchhändler.
J. Waibel. E. Fried.

(Fortsetzung folgt.)

Preise im Musikalienhandel.

Von Carl Schubert.

Obwohl der Musikalienhandel dem Buchhandel angeschlossen ist und sich seiner Einrichtungen bedient, ist ersterer doch in besonderen Fällen eigene Wege gegangen, so jetzt in der Preisbildung der Musikalien. In nachstehenden Zeilen soll darauf näher eingegangen und dem Fernstehenden, der nur gelegentlich Noten

bekommt, über Wortbildungen, die ihm unverständlich sein dürften, die aber jetzt im Musikalienhandel gang und gäbe sind, eine Erklärung gegeben werden. Manchem Buchhändler dürften die Bezeichnungen: Grundpreise, Vollpreise, Einführungspreise usw. nicht geläufig sein; er wird deshalb den nachstehenden Ausführungen mit Interesse folgen.

Als vor etwa sechs Jahren eine ganz bedeutende Erhöhung aller Herstellungskosten eintrat und auch die Geschäftsumkosten in die Höhe schnellten, war man gezwungen, die Musikalien im Preise heraufzusetzen. Anfangs kürzten einzelne Verleger dem Sortimenten den Rabatt, als man aber damit nicht mehr auskommen konnte, benutzte man den Ausweg, auf die den Musikalien aufgedruckten Preise einen Zuschlag, den man Teuerungszuschlag nannte, zu erheben. Diese Maßnahme war nur als Notbehelf gedacht, ist jetzt aber durch die immer weiter steigenden Herstellungs- und anderen Kosten zur ständigen Einrichtung bei fast allen Musikalien geworden. Die alten Vorkriegspreise taufte man Grundpreise, auf diese wird der Teuerungszuschlag hinzugerechnet, und aus beiden ergibt sich der Vollpreis, d. i. der Preis, den das Publikum zu zahlen haben würde.

Die Teuerungszuschläge sind leider nicht bei allen Verlegern die gleichen, jeder hat nach seinem Gutdünken die Zuschläge niedriger oder höher angesetzt. Die größte Zahl der Verleger hat sogar mehrere verschiedenartige Zuschläge, die sie berechnen. So wird z. B. Chormusik mit einem niedrigeren Zuschlage belegt als Klaviermusik, andererseits hat man einzelne Werke vom Teuerungszuschlag ausgeschlossen und verkauft sie zu einem festen ständigen Preise. Daß natürlich solche Willkürlichkeit des einzelnen Verlegers zu einer heillosen Verwirrung führen mußte, liegt klar auf der Hand. Damit sich der Sortimenten nun aus dem Chaos der vielerlei Teuerungszuschläge und Ausnahmen herausfinden und auch seiner Kundschaft gegenüber sich bei Preisdifferenzen rechtfertigen kann, hat dankenswerterweise der Deutsche Musikalienverleger-Verein eine »Musikalienverleger-Liste mit Angabe der zurzeit erhobenen Teuerungszuschläge« erstmalig am 1. November 1921 herausgegeben, die allmonatlich verbessert und ergänzt neu erscheint. Freilich kann die Liste keinen Anspruch auf Vollständigkeit machen, da einzelne Verleger mit ihren Angaben zurückgehalten haben. Spätere Listen werden hoffentlich weniger Lücken zeigen.

Nicht alle Verleger aber, namentlich die »Schlager«-Verleger, machten sich die Berechnung: Grundpreise mit Teuerungszuschlägen zu eigen. Sie zogen es vor, ihren Festen gleich den Vollpreis aufzudrucken, also die geltenden Preise. Für Werke, die schnellen Absatz finden und deshalb durch neue Erhöhungen nicht so getroffen werden — denn jedem Verleger steht es ja frei, bei einer neuen Auflage die Feste mit neuen Preisen zu versehen —, mag diese Art der Preisfestsetzung als bequem und gut zu gelten haben. Diese Verleger haben also, wie schon erwähnt, immer freie Hand, ihre Preise so zu gestalten, daß sie nicht mit Schaden arbeiten. Anders liegen aber die Verhältnisse bei denjenigen Verlegern, deren Verlagswerke sich nur langsam verkaufen. Sie sind gezwungen, bei den Grundpreisen mit Zuschlägen zu bleiben, denn durch die nicht voraussehende Steigerung nicht nur der Herstellungskosten, sondern auch der Geschäftsumkosten ist ihnen eine genaue Kalkulation auf längere Zeit hinaus nicht möglich. Hinzu kommt noch, daß ihnen manche Auflagen oft jahrelang liegen bleiben und nicht ganz abgesetzt werden, wodurch diese Verleger oft recht erhebliche Zinsverluste des festgelegten Kapitals erleiden. Noch zu niedrigen Preisen hergestellte und noch vorrätige Auflagen können ihnen auch nicht einen annähernden Ausverkauf schaffen. So sind eben diese Verleger nach der jetzigen Geschäftslage wohl oder übel gezwungen, die Teuerungszuschläge immer wieder den Verhältnissen anzupassen, also von Fall zu Fall zu erhöhen. In einem früheren Aufsatz: Werden Musikalien billiger? (Bbl. 1921, Nr. 120) habe ich bereits über die Preissteigerung der Musikalien ausführlich berichtet.

Wenn ich vorher sagte, daß der Vollpreis der Preis sei, den das Publikum zu zahlen haben würde, so sollte damit angedeutet werden, daß der Vollpreis noch nicht der Preis ist, den die

