



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag inbegriffen, weitere Stücke zum eigenen Gebrauch frei Geschäftsstelle oder Postüberweisung innerhalb Deutschlands 100 Mark halbjährlich für Nichtmitglieder jedes Stück 300 Mark halbjährlich. Im Postbezug 800 Mark halbjährlich. Für Kreuzbandbezug sind die Postkosten, Nichtmitglieder haben außerdem noch 15 Mark halbjährlich Versandgebühren, zu erstatten. Umfang einer Seite 360 viergespaltene Zeilen. Mitgliederpreis: die Zeile 75 Pfg., 1/2 Seite 250 M., 1/4 Seite 130 M., 1/8 Seite 65 M. Nichtmitglieder-

preis: die Zeile 225 Mark, 1/2 Seite 750 Mark, 1/4 Seite 400 Mark, 1/8 Seite 205 Mark. Stellensuche 40 Pfg. die Zeile. Auf alle Preise werden 70 Prozent Steuerzuschlag erhoben. Wochen-Anzeiger: Erste und letzte Seite je 600 Mark, 1/2 Seite 500 Mark, 1/4 Seite 275 Mark, 1/8 Seite 150 M., ohne Zuschlag. Rabatt wird nicht gewährt. Beilagen werden nicht angenommen. Beiderseitiger Erfüllungsort Leipzig. = Rationierung des Börsenblatttraumes, sowie Preissteigerungen, auch ohne besondere Mitteilung im Einzelfall jederzeit vorbehalten.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 45 (R. 30).

Leipzig, Mittwoch den 22. Februar 1922.

89. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Bekanntmachung.

Wir machen darauf aufmerksam, daß der Wirtschaftsverband des Berliner Lehrervereins in Berlin C. 25, Kurzestr. 5, nach § 3 Z. 3 der Verkaufsordnung nicht als Buchhandlung zu betrachten ist und keinen Anspruch darauf hat, mit Buchhändler-rabatt beliefert zu werden.

Leipzig, den 18. Februar 1922.

Geschäftsstelle des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig.

Dr. Adermann, Syndikus.

John Henry Schwerin-Stiftung.

Stiftungskapital: 50 000 M.

Die jährlich auflaufenden Zinsen werden zur Unterstützung bedürftiger und würdiger Buchhandlungsgehilfen und Journalisten beiderlei Geschlechts, die das 50. Lebensjahr überschritten haben und unverschuldet in Not geraten sind, verwendet. Angestellte der Firma John Henry Schwerin in Berlin sollen den Vorzug genießen, wenn sie mindestens fünf aufeinanderfolgende Jahre bei der Firma angestellt waren.

Ausführlich begründete und mit Belegen versehene Gesuche um Berücksichtigung sind bis 10. März 1922 an die Geschäftsstelle des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig, Gerichtsweg 26 (Buchhändlerhaus), zu richten.

Die Auszahlung der Unterstützungsgelder erfolgt alljährlich am 23. Mai.

Ladenpreise und Verkaufspreise.

In Nr. 1 der Deutschen Verlegerzeitung 1922 ist ein Aufsatz des Herrn Dr. Bielefeld »Rückblick und Ausblick« abgedruckt, der folgenden Satz enthält:

»Das einzige noch erreichbare Ziel ist der Schutz des dem Gesetz und dem Gewohnheitsrecht entsprechend weiterhin vom Verlage festgesetzten Ladenpreises gegen Unterbietung. Im übrigen muß der Verlag wohl oder übel dem Sortiment die Bildung des tatsächlichen Verkaufspreises durch die von jedem Wiederverkäufer etwa für nötig gehaltenen Zuschläge überlassen.«

Als nichtwissenschaftlicher Verleger begrüße ich es, daß von führender Seite aus endlich einmal mit der Unwahrheit, die bezüglich des Ladenpreises im deutschen Buchhandel besteht, aufgeräumt und das Kind beim richtigen Namen genannt wird, denn in Wirklichkeit besteht ein Ladenpreis überhaupt nicht mehr.

Ich stelle die nachstehenden Vorschläge zur Erörterung und bitte Freunde und Gegner um Rückäußerung:

Der nichtwissenschaftliche Verlag ist an einem Punkt angelangt, an dem er sich eine grundlegende Änderung seiner bisherigen Preispolitik überlegen muß. Es ist aber sowohl im Interesse des Verlags wie des Sortiments notwendig, sich einen derartigen Schritt nach seiner ganzen Tragweite durchzudenken.

1. Das bisherige System des Ladenpreises, auf den mehr oder minder wilde Aufschläge in unübersichtlicher Höhe genommen werden, ist endgültig zu verlassen.
2. Der Verleger liefert zu einem von ihm wie bisher festzusetzenden Verkaufspreis an das Sortiment, beispielsweise M 20.—. Anstatt eines höheren Rabatts wie bisher bei größeren Umsätzen gibt er je nach dem Umsatz einen Sonderrabatt, also z. B.

5% von M 20.— = M 1.—,

10% " " " = " 2.—,

15% " " " = " 3.—,

also tatsächlicher Einkaufspreis des Sortiments M 19.—, 18.—, 17.—.

3. a) Den Verkaufspreis ans Publikum gibt der Verleger dem Sortiment völlig frei;
- b) nur um Preisunterbietungen zu verhindern, setzt der Verleger einen Mindestverkaufspreis fest, beispielsweise M 30.—;
- c) eine Festsetzung der tatsächlichen Verkaufspreise hätte zu erfolgen entweder von jeder Firma, wie sie es für richtig findet, oder vom Kreis- oder Ortsverein.

Die Begründung.

Zu 1.

Dem bisherigen System des Ladenpreises plus Aufschlag werden weder Sortimenter noch Verleger nachweinen. Es hat zu einer völligen Desorganisation im deutschen Buchhandel geführt. Ein gleichmäßiger Ladenpreis besteht in Wirklichkeit schon lange nicht mehr, ganz abgesehen davon, daß, hervorgerufen durch die Kaufwut des Publikums vor Weihnachten, noch Auswüchse entstanden. So kam es, daß in gewissen Buchhandlungen die Preise überhaupt völlig willkürlich festgesetzt wurden. Vom Standpunkt des Verlags aus ist es aber grober Unfug, wenn z. B. die Jugendschriften meines Verlages, in Stuttgart den meisten Firmen mit 50% Rabatt völlig spesenfrei ins Haus geliefert, noch mit 20% Steuerzuschlag verkauft wurden. Der Sortimenter sagt von seinem Standpunkt aus, daß er nicht für eine einzelne Firma eine Ausnahme machen könne. Es ist aber dadurch der Beweis erbracht, daß ein System unhaltbar ist, nach dem der Sortimenter auf Bücher, mit welchem Rabattsatz sie auch geliefert werden, gleichmäßig einen Aufschlag nimmt. Es liegt hier eine Bevorzugung des Verlegers vor, der z. B. nur mit 30% Rabatt liefert, weil die Ladenpreise eines Verlegers, der mit höherem Rabatt liefert, von selbst schon höhere sein müssen, denn die Herstellungskosten sind bei beiden ungefähr dieselben; dieses zweiten Verlegers Bücher wurden dadurch ungebührlich verteuert. Im Interesse des Sortiments lag es aber bisher, sich für die Verleger in erster Linie zu verwenden, die der nicht einfachen Lage des Sortiments durch genügenden Rabatt Rechnung trugen. Nach Ansicht einer Reihe größerer und kleinerer Sortimenter genügte ein Rabatt von 45 und gar 50% vollauf und würde bei den in Zukunft um 100% erhöhten Preisen ebenso genügen, um nicht nur die Spesen zu decken, sondern auch um dem Sortiment einen wirklich ausreichenden und genügenden Gewinn zu lassen. So, wie die Verhältnisse jetzt liegen, gibt aber ein Teil der Verleger, wie es früher mancher wissenschaftliche Ver-