



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. Bezugpreis 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 Vortragskosten, Nichtmitglieder haben außerdem noch 15 Mark halbjährlich Versandgebühren zu erstatten. Umfang einer Seite 360 viergespaltene Zeilen. Mitgliederpreis: die Zeile 2.25 Pf., 1/2 Seite 750 M., 1/4 Seite 390 M., 1/8 Seite 195 M. Nichtmitglieder:

preis: die Zeile 6.75 M., 1/2 Seite 2250 M., 1/4 Seite 1200 M., 1/8 Seite 615 M. Stellengesuche 1.20 M., die Zeile. Chiffregeb. 1.50 M. Beilager: Zeile für Mitgl. und Nichtmitgl. die Zeile 3 M. Wochen-Anzeiger: Mitglieder die Zeile 2.25 M., 1/2 Seite 750 M., 1/4 Seite 390 M., 1/8 Seite 195 M. Nichtmitglieder die Zeile 6.75 M., 1/2 Seite 2250 M., 1/4 Seite 1200 M., 1/8 Seite 615 M. Beilage wird nicht angenommen. Beiderseitiger Erfüllungsort Leipzig. = Ratlonier des Börsenblatttraumes, sowie Preissteiger., auch ohne besond. Mitteilung im Einzelfall jederz. vorbeh.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 58 (R. 39).

Leipzig, Donnerstag den 9. März 1922.

89. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Kreisverein der Rheinisch-Westfälischen Buchhändler.

Berichtigung.

In die Kundmachung betr. Gründung der Arbeitsgemeinschaft der Sortimentler des Rheinisch-Westfälischen Kreisvereins (vgl. Börsenblatt Nr. 52 vom 2. 3. 22) hat sich infolge Versehens unserer Geschäftsstelle ein Irrtum eingeschlichen, den wir nachstehend berichtigen.

Der Abschnitt »Ausnahmen« unter Ziffer 1 der Bekanntmachung hat folgenden Wortlaut:

Ausnahmen: Werke über M. 200.— Ladenpreis und Neuerscheinungen mit Jahreszahl 1922 (Ziffer 3 beachten!) erhalten 10% Feuerungszuschlag. Die allgemein bei Einzelbezug vom Verlag mit 45% und mehr % Rabatt erhältlichen Bücher bleiben vom Feuerungszuschlag ganz frei; die Begleitfakturen solcher Sendungen müssen deutlich den Hinweis tragen: »Grundrabatt bei Einzelbezug 45% bzw. 50%«, da sonst Irrtümer in der Auszeichnung unvermeidlich sind.

Dementsprechend sind in der zum Schluß der Bekanntmachung abgedruckten »Tabelle« unter Ziffer 9 die Worte zu streichen: »Werke, die der Verleger bei Einzelbezug allgemein mit 45% liefert... 10%«.

Dagegen nächste Zeile: »Werke, die der Verleger bei Einzelbezug allgemein mit 45% Rabatt oder mehr liefert, sind vom Feuerungszuschlag befreit«.

Münster i. W., den 4. März 1922.

Der Vorsitzende
des Kreisvereins Rheinisch-Westfälischer Buchhändler.
Adolf Schülze.

Für die Arbeitsgemeinschaft.
Dr. H. Schöningh.

Sortiment und Zeitungsvertrieb.

Von Wilhelm Heidelberg.

Das Verhältnis zwischen Buchhandel und Presse ist im Börsenblatt wiederholt Gegenstand der Erörterung gewesen. Veranlassung hierzu gab die in den redaktionellen Spalten verschiedener Tageszeitungen zum Ausdruck gebrachte Auffassung über die Preisbemessung für Bücher. Soweit hiergegen Auslassungen vom Buchverlag oder vom Sortiment aus erfolgten, war mit bemerkenswerter Einseitigkeit zu beobachten, daß den Redaktionen der Zeitungen schiefe oder sogar falsche Darstellung der tatsächlichen Verhältnisse zum Vorwurf gemacht wurde. Die Tageszeitungen haben inzwischen wohl durchweg Veranlassung genommen, die Sache aufzuklären. Die Frage der Preisfestsetzungen für Bücher ist darauf wieder aus den Spalten der Tageszeitungen verschwunden. Zurückgeblieben mag aber doch besonders in Kreisen des Sortiments hier und da die Auffassung sein, daß die Zeitungen für die Verhältnisse im Buchhandel eine auffällige Unkenntnis gezeigt haben. Diese Unkenntnis erscheint um so verwunderlicher, als im Grunde doch

Presse und Buchhandel sehr nahe verwandt miteinander sind. Es drängt sich daher die Frage auf, worauf diese Unkenntnis der Verhältnisse zurückzuführen ist und ob sie nur auf Seiten der Presse bei der Beurteilung der Lage im Buchhandel oder etwa auch im Buchhandel gegenüber dem Zeitungsvertrieb vorhanden ist.

Wie steht das Sortiment zum Zeitungsvertrieb? Hierunter sei der Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften zusammengefaßt. Ist hier nicht auch in den letzten Jahren eine zunehmende Entfremdung eingetreten und ist diese Abwendung des Sortiments vom Vertrieb der Zeitungen und Zeitschriften als natürliche Entwicklung anzusehen, oder liegt Veranlassung dazu vor, dieser Abwendung entgegenzuwirken?

Es versteht sich von selbst, daß eine Auseinandersetzung hierüber für einen bestimmten und großen Teil des Sortiments nicht von Belang sein kann. Ein großer Teil der Sortimentsbuchhandlungen hat niemals etwas mit dem Zeitungsvertrieb zu tun gehabt und kann nach seiner ganzen Eigenart überhaupt nicht für den Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften in Betracht kommen. Es läßt sich aber nicht verkennen, daß auch von den übrigen Sortimentsfirmen, die früher, zumal vor dem Kriege, dem Zeitungsvertrieb eine teilweise recht ausgedehnte Aufmerksamkeit zugewendet haben, viele heute diesen Zweig des Vertriebes vollkommen ausgeschaltet haben. Nur für diese Sortimentsfirmen kann diese Betrachtung praktische Bedeutung haben. Es sind dies in erster Linie Sortimentsbuchhandlungen in Bade- und Kurorten, in Universitätsstädten, hier allerdings nur zu einem Teil, in lebhaften Verkehrsplätzen, auch in manchen verkehrsreichen Stadtbezirken einzelner Städte, daneben aber auch Sortimentsfirmen an kleinen und mittleren Plätzen. Bei verschiedenen dieser Firmen beschränkte sich die Beteiligung am Vertrieb allerdings in der Hauptsache auf die Verwendung für viel gelesene Zeitschriften, insbesondere belletristische und politische Zeitschriften, für Monatschriften, Zeitschriften über Kunst und Wissenschaft, Bühne und Sport und ähnliches. Mit dem Vertrieb von Tageszeitungen befaßten sich neben den Buchhandlungen an Kurorten teilweise noch einzelne Sortimentsfirmen in Universitätsstädten. Auch gab es verschiedene Sortimentler, die als Pächter kleinerer Bahnhofsbuchhandlungen oder örtlicher Kioske sich mit dem Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften befaßten.

In der Beteiligung aller dieser Firmen am Zeitungsvertrieb haben sich zunächst unter Einwirkung der Zeitverhältnisse, später aber auch unter mehr freiwilligem Entschluß mancherlei Wandlungen ergeben. Die Beteiligung dieser Firmen am Zeitungsvertrieb geht ständig zurück. Die Ursache ist nur zu einem Teil darin zu suchen, daß infolge der erheblich gestiegenen Bezugs- und Einzelverkaufspreise sich die Käufer verlaufen. Dies ist selbstverständlich mitbestimmend gewesen. Das Publikum hat sich aber ebenso wie an höhere Bücherpreise auch an höhere Preise für Zeitungen und Zeitschriften gewöhnen müssen. Viel entscheidender war der Umstand, daß der Vertrieb von Zeitungen und Zeitschriften sich oft nicht mehr als lohnend genug für die Sortimentler erwies.

Die Abwendung des Sortiments vom Vertrieb der Tageszeitungen erklärt sich zu einem weiteren Teil daraus, daß be-