

Ich kann darin vielmehr nur Nachteile erblicken, die ich nicht anders charakterisieren kann als mit dem Ausdruck »Verewigung des Chaos«. Die letzten Bollwerke des einst stolzen Gebäudes des deutschen Buchhandels sind nicht nur bedroht, sondern, wie von allen Seiten zugegeben wird, schon arg ins Wanken geraten. Gilt es nun wirklich, ihnen den Gnadenstoß zu versetzen? Oder soll man nicht lieber eine andere Radikalkur versuchen, um sie wieder zu festigen?

Ich glaube, bei ernsthafter Durchdenkung des ganzen Fragenkomplexes und bei Ausmalung der Anarchie, die sich aus definitiver Aufhebung des Ladenpreises ergeben würde, wird man einen solchen Verzicht auf Wiederaufbau, eine solche Kapitulation vor sich selbst und vor dem Werke des Börsenvereins nicht unterschreiben können.

Dann lieber das andere Radikalmittel, das nach meiner Meinung doch nur aufgeschoben, nie aber aufgehoben werden kann: die Anpassung an das allgemeine Preisniveau. Auch dieser Weg birgt Gefahren. Wenn tatsächlich der Bücherumsatz sich um mehr als die Hälfte des jetzigen verringern sollte, so würden die Gewinne der Buchhändler sich nicht vergrößern, sondern verkleinern. Es können dadurch Existenzen bedroht werden. Aber unser Wirtschaftskörper ist eben Kriegsinvalide, wie so mancher von uns. Da können Amputationen nötig werden, um den Körper zwar verstümmelt, aber doch am Leben zu erhalten. Es hat keinen Zweck, sich vor dieser Tatsache zu verschließen.

»Noch ist es Tag...!«

VII.

Zu den Ausführungen des Herrn Dr. Oldenbourg in München (im Bbl. Nr. 63) erlaube ich mir, um Mißverständnissen vorzubeugen, kurz folgendes zu bemerken:

Einen Verzicht auf die Verlegerrechte gemäß § 21 des Verlagsrechtes habe ich nicht entfernt im Sinn. Wo hätte ich einen solchen Verzicht ausgesprochen? Wahrscheinlich ist es Herrn Dr. Oldenbourg entgangen, daß ich in allen wesentlichen Punkten einen wohlüberlegten Unterschied mache zwischen »Ladenpreis« und »festem« Ladenpreis. Der »Ladenpreis« ist der vom Verleger nach § 21 des Verlagsrechtes bestimmte Preis. Der »feste« Ladenpreis ist der Ladenpreis, auf den der Sortimenter keinen Zuschlag nehmen darf. Ich bin nicht für Aufhebung des »Ladenpreises« eingetreten, sondern für Aufhebung des »festen« Ladenpreises. Mit anderen Worten: Ich halte es für besser, den Kampf um den Sortimenterzuschlag aufzugeben. Wenn der Verleger vernünftige, d. h. richtig erhöhte »Ladenpreise« bestimmt, dann wird der Sortimenterzuschlag dem Sortiment in der Regel entweder überflüssig oder unmöglich erscheinen, und der ganze aufreibende Streit fände so von selber ein Ende.

Auch bitte ich, doch zu beachten, daß das Thema, das hier zur Erörterung steht, nicht etwa heißt »Aufhebung des Ladenpreises«, sondern — »Ladenpreise und Verkaufspreise«. Verkaufspreis: das heißt gegenwärtig Ladenpreis zuzüglich Sortimenteraufschlag.

Robert Luz.

VIII.

Von Paul Nitschmann in Berlin.

Ungern und nur von vielen Seiten aufgefordert, mische ich mich in das Konzert der Meinungen über Ladenpreis, Katalogpreis und Feuerungszuschlag, dessen Finale ja doch nicht in den Spalten des Börsenblattes, sondern meiner Überzeugung nach nur in einer Hauptversammlung des Börsenvereins oder am Konferenztisch der verantwortlichen Vertreter des Buchhandels erklingen kann. Immerhin ist es vielleicht nicht ganz überflüssig, wenn auch der Sortimenter in dem bisher fast ausschließlich verlegerisch orientierten Meinungsaustausch sich schon jetzt zum Worte meldet.

Wie kam denn die Diskussion in den Spalten des Börsenblattes in Fluß? Der Verlag beginnt zu erkennen, daß er 7½ Jahre lang falsch gewirtschaftet hat und daß es fünf Minuten vor 12 ist; der Boden des geleerten Kassenschranks schim-

mert bereits allzudeutlich durch die Reste der Reichsbank-Makulatur. Was das Sortiment seit dem ersten Antrag Paetsch-Nitschmann an die Hauptversammlung des Börsenvereins Ostermesse 1916 alljährlich hundertmal gerufen und geschrieben hat, daß nämlich der Verlag Raubbau treibe, ist nun als richtig anerkannt, und Herr Luz, Stuttgart, hat ihm mit der Bezeichnung »Abwirtschaftung des Verlegerkapitals« den richtigen Namen gegeben. Ob der Warnruf, den er ausgestoßen und den man heute in jeder Verlegerversammlung hören kann, in jedem Verlagskontor erörtert sieht, nützen wird? Zweifel kommen mir auf, wenn ich bemerke, wie nach wie vor mit dieser Kapitalabwirtschaftung sogar noch Klame gemacht wird, vom Börsenverein, vom Verlag, vom Sortiment, mit Plakaten, in Katalogen und jeder anderen Form. Vor mir liegt ein soeben ausgegebener Katalog der Firma Paul Parey, Berlin, der als Einleitung folgendes bringt:

»Der Buchhandel hat bisher in seiner ganzen Preispolitik sich außerordentlich bescheiden erwiesen, weil dem Volke die so wichtige geistige Nahrung möglichst wohlfeil geboten werden sollte. Er ist heute gezwungen, auf die bisherigen Preise einen, je nach Erscheinungstermin verschiedenen, neuen Aufschlag zu nehmen, um die Möglichkeit zu haben, seine Betriebe aufrechterhalten zu können. Diese Aufschläge halten sich in durchaus billigen Grenzen, und auch nach ihrer Erhebung kommt das Buch erst auf etwa das 6-7fache des Friedenspreises, ist mithin immer noch bei weitem das Billigste, was irgendwie heute im Handel zu haben ist.«

Die Firma Paul Parey ist Herrn Dr. Friedrich Oldenbourg, der im Börsenblatt Nr. 63 ausführt, daß der wissenschaftliche Verlag mit seiner Preisbildung durchaus auf richtigem Wege sei und nur durch den bösen schönwissenschaftlichen an der vollen Auswirkung seiner Politik gehindert werde, gewiß ein unverdächtiger Kronzeuge, und er wird, wenn er diese überaus ängstliche Preisbildung gerade des wissenschaftlichen Verlags einmal an hundert Beispielen genauer prüft, zu der Überzeugung kommen müssen, daß eine Preiserhöhung um das Sechsbis Siebenfache, ja auch um das Zehnbis Zwölffache des Friedenswertes, wie sie im wissenschaftlichen Verlage noch nicht einmal gang und gäbe ist, eine vollständig verkehrte, direkt dem Untergang zutreibende Preispolitik genannt werden muß.

Doch ich erwähne diese Preisnöte des Verlags, in die das Sortiment sich zu mischen bisher nicht gerufen worden ist und deshalb keine Veranlassung hat, nur nebenbei und nur in bezug auf die Ladenpreisfrage, die dem Verlag, und insbesondere dem wissenschaftlichen, den zweiten großen Kopfschmerz bereitet. Herr Dr. Oldenbourg hat vollkommen recht mit seinem dem Bergsteigerleben entlehnten Bilde: das Abrutschen im Geröll ist, eine gute Nagelung vorausgesetzt, ein rasches und oft vergnügliches Unternehmen, aber an den neuen Aufstieg durch das Geröll denkt niemand, denn er kostet Schweißtropfen und eine übermäßige Anstrengung. Ist also einmal der Ladenpreis in der Tiefe verschwunden, wird es nicht allzu leicht halten, ihn wieder richtig auf die Beine zu stellen.

Auch die Folgerungen, die Herr Dr. Oldenbourg aus der Aufgabe des Ladenpreises zieht, sind nicht von der Hand zu weisen; mit dem § 21 des Verlagsrechtsgesetzes dürfte es nach dem Fallen des Ladenpreises aus sein, in die künftige Katalog- und Nettopreisbildung des Verlags werden Autoren, Behörden, Sortimentler und Angestellte erheblich hineinreden, wofür Herr Dr. Oldenbourg eine feine Witterung und gleichzeitig die begreifliche Abneigung zeigt. Für das Sortiment scheinen mir die Folgen einer ladenpreislosen Zeit wesentlich harmlosere zu sein als für den Verlag. Wir haben diese Zeit eigentlich ja schon seit zwei Jahren, nämlich seitdem der wissenschaftliche Verlag die börsenvereinsmäßige Regelung der Verkaufspreise durch die Notstandsordnung zerstört, der Gesamtverlag durch seine Gruppenbildung, durch Sonderabkommen u. a. m. Unruhe und immer wachsende Preisunsicherheit in den Buchhandel getragen hat. Das Sortiment hat diese Zeit, allen verlegerischen Voraussetzungen zum Trotz, eigentlich nicht schlecht überstanden, es hat durch engeren Zusammenschluß in Orten und Kreisen seine Mitglieder zu Widerstandskraft und Gemeinschaftsgefühl erzogen, und dieser Prozeß dürfte noch lange nicht abgeschlossen