

ten im Strome drin; aber die Mannschaft ist unzuverlässig, und einer nach dem andern verläßt um eignen Vorteils willen das Schiff; leider nicht zur Ehre des Sortimenters. Der Verlag hat noch nicht den Mut gefunden, den Tatsachen so klar ins Auge zu schauen, wie Herr Luz in einem der letzten Börsenblätter (Nr. 54) ausgeführt hat. Aus dieser Furcht heraus ergibt sich der Zwiespalt. Hier dem Zwang des Zahlenmüssens folgen zu müssen, und dort aus Angst vor dem Preise die »Rabattspanne« möglichst gering haltend, um billig zu sein. Durch den Druck der Verhältnisse überwindet langsam der Verlag die Furcht und er sollte endlich den Mut haben, sich klar zu machen, die Markt steht 1 zu 20, das Buch 1 zu 12/15, die Umsätze im Buchhandel vielleicht 1 zu 10 bis zu 1 zu 15. Wie soll da Frieden kommen, wenn solche Dissonanzen den Grundton abgeben! Soll also in kommenden Wochen überhaupt etwas Aufbauendes geschaffen werden, so muß zuerst das Mißtrauen untereinander beseitigt und Platz geschaffen werden für das alte bedingungslose Vertrauen.

Es sei mir deshalb erlaubt, noch einmal einen Vorschlag zu machen, der vielleicht zum Ziele führen kann, wenn ernster Wille auf beiden Seiten vorhanden ist. Eine endgültige Lösung der Frage wird dies nicht sein, vielleicht aber der erste Schritt, der zum Frieden führt. Seit langem erstrebt das Sortiment die Zufassung der Bücher »Porto und Emballage frei«. Es will die Ware so erhalten, wie der Verleger anzeigt, und nicht durch unberechenbare Spesen so verteuert haben, daß diese den Gewinn illusorisch machen. Wird ihm vom Verlag verwehrt, den Verkaufspreis kaufmännisch festzustellen auf Grund Einkaufspreis und Spesen, so muß der Verlag auch dazu übergehen, zum Nettopreis, frei Sortiment, zu liefern. Hiergegen sträubt sich der Verlag und behauptet: »Durch solch eine Kalkulation wird das Buch zu Unrecht verteuert, weil hierbei von Porto und Emballage das Sortiment auch Rabatt erhält«. Der Gedanke ist richtig und der Verleger hat recht, wenn er solch eine Kalkulation unkaufmännisch nennt. Es muß also ein Weg geschaffen werden, der es ermöglicht, einen einheitlichen Ladenpreis zu schaffen, in dem der Zuschlag für Porto und Emballage enthalten ist, welchen aber weder der Verlag noch das Sortiment, sondern letzten Endes der Käufer zu tragen hat. Dieser Weg ist folgender: Wir müßten dreierlei Preise schaffen:

1. den bibliographischen Preis, der für die Kataloge und für alle Anzeigen gilt,
2. den Buchhändlerzwischenpreis,
3. den Nettopreis.

Ein Beispiel aus der Praxis: »Goethes Briefe« M. 60.— bibliographischer Preis, M. 50.— Buchhändlerzwischenpreis, M. 30.— Nettopreis. Die Differenz zwischen M. 50.— und M. 60.— ist die Spesenberechnung des Verlages für Porto und

Emballage, oder anders ausgerechnet: den Zuschlag, den jetzt das Sortiment nimmt, erhebt der Verlag, gewährt aber dafür dem Sortiment die Rabattspanne, die zum Leben notwendig ist. Selbstverständlich können 20%, die ich hier annehme, nicht für den Verlag maßgebend oder bindend sein. Hier muß jeder Verleger wissen, wieviel er aufschlagen muß. Die Hauptsache bleibt nur, daß die Rabattspanne unter keinen Umständen verringert wird. Die zweite Bedingung ist, daß die Umsatzsteuer selbstverständlich vom Sortiment abgewälzt werden muß, wie es das Gesetz erfordert. Aufgabe des Sortimenters würde es dann sein, durch tätige Verwendung für den einzelnen Verlag sich die Rabattspanne zu erweitern. Eine Faktur würde also künftighin folgendermaßen aussehen:

M. 60.—			
10 Goethe M. 30.—	600.—	500.—	300.—
M. 50.—			
M. 50.—			
10 Schiller M. 24.—	500.—	400.—	240.—
M. 40.—			
	1100.—	900.—	540.—
	900.—		200.—
	200.—		740.—

M. 200.— sind also als Spesen beim Verlage zu buchen, die nicht umsatzsteuerpflichtig, weil sie reine Auslagen für Porto und Emballage sind. Auch das Sortiment kann von seinem Gesamtumsatz einen Betrag absetzen, weil dieser ja nur Rückvergütung für Auslagen ist. Wir haben wieder einen einheitlichen Ladenpreis, das allen verhaßte Wort »Teuerungszuschlag« fällt fort; der Verlag dagegen muß die gesetzliche Verpflichtung übernehmen, daß er 35% (der wissenschaftliche), 40% (der schönwissenschaftliche Verlag) als Grundrabatt geben wird. Auch der Autor wird vollständig zufrieden sein, wenn er von dem Zwischenpreis seinen Rabatt empfängt, denn er muß einsehen, daß er ebensowenig wie das Sortiment von Porto und Emballage Honorar erhalten kann.

Am Schlusse noch einige Beispiele, wie die Ergebnisse nach alter und neuer Rechnung lauten, und die Bitte an alle Herren Kollegen, alle kleinlichen Bedenken fallen zu lassen und sich an das Dichtervort zu halten:

Jetzt ist nicht Zeit zum Wählen,
Nicht Zeit für die Partei.
Jetzt ist nur Zeit zum Fühlen,
Daß einst das Höchste sei:
Das Land, aus dessen Schoße
Uns Geist und Kraft entstand,
Das heilige, das große,
Das deutsche Vaterland!

Heute	künftig	kaufmännisch
1 Goethe M. 50.—, M. 30.— netto Emballage u. Porto „ 10.— M. 40.— Gewinn „ 10.— 20% Zuschlag „ 10.— Brutto-Gewinn „ 20.—	1 Goethe 60.—, 50.—, 30.— netto Brutto-Gewinn 20.— Emballage und Porto frei mit 40% gerechnet	Einkaufspreis . M. 30.— Porto u. Verpdg. „ 10.— Einstandspreis . M. 40.— loco_Sort. Geschäftsspesen 25% „ 10.— Geschäftsgewinn 20% „ 8.— Verkaufspreis . M. 58.—
1 Atlas M. 75.—, M. 50.— netto Porto u. Verpackung „ 10.— M. 60.— Gewinn „ 15.— und 20% „ 15.— Bruttogewinn . M. 30.—	1 Atlas 90.—, 75.—, 50.— netto Brutto-Gewinn M. 25.— Emballage und Porto frei	Einkaufspreis . M. 50.— Porto u. Verpackung „ 10.— Einstandspreis . M. 60.— loco Lager Spesen 25% „ 15.— Reingewinn 20% „ 12.— Ladenpreis . M. 87.—

Zu bemerken ist erstens, daß bei „künftig“ 35% Mindestrabattspanne ist, also Umsatzsteuer abgewälzt wird.

Heute
Umsatz M. 500 000.— und 20% Zuschlag = M. 600 000.—
Gewinn 33 1/2% von M. 500 000.— = M. 167 000.—
Zuschlag 20% = M. 100 000.—
Brutto-Gewinn M. 267 000.—
Von M. 500 000.— Spesen 30% M. 150 000.—
Reingewinn M. 117 000.—

Künftig
Umsatz M. 600 000.— (abzusetzen 20%).
Gewinn von M. 500 000.— 38% = M. 190 000.—
Von M. 500 000.— Spesen 20% = M. 100 000.—
Reingewinn M. 90 000.—

Hierbei ist zu bemerken, daß der Gewinn wohl höher ange-
setzt werden kann, weil der schönwissenschaftliche Verlag, der ja