



Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel

Erscheint werktäglich. Bezugspreise für Januar: Mitglieder ein Stück kostenlos, weitere Stücke zum eigenen Bedarf über Leipzig oder Postüberweisung M. 1500.— Nichtmitglieder M. 3000.— Bei der Post bestellt M. 10000.— vierteljährlich. Kreuzbandbezieher haben die Postkosten und M. 300.— Versandgebühren für Januar zu erstatten. Einzel-Nr. M. 100.— Umfang einer Seite 360 Biergepalt. Peltzseiten. — Mitgliederpreis: Die Seite 125 M., 1/4 S. 40000 M., 1/2 S. 20000 M., 3/4 S. 10000 M. Nichtmitgliederpreis: Die Seite 250 M., 1/2 S. 80000 M., 3/4 S. 40000 M., 1 S. 20000 M. Stellengeh. 65 M die Seite. Schiffegebühren 100 M. Bestellz. 1. Mitgl. u. Nichtmitgl. die Seite 175 M. — Anzeigen von Nichtmitgl. nur gegen Vorauszahlung. — Beil. werden nicht angenommen. — Beiderf. Erfüllungsort Leipzig. — Rationierung d. Börsenblatttraumes, sowie Preissteigerungen auch ohne bei Mitgl. im Einzelfall jeders. vorbeh.

Eigentum des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig

Nr. 6 (A. 4).

Leipzig, Montag den 8. Januar 1923.

90. Jahrgang.

Redaktioneller Teil.

Gruppenbildung und Zentralisierung im Buchhandel.

Von cand. rer. pol. D. Steinkopff*).

Angeregt durch die Veröffentlichung der Ergebnisse der Lauensteiner Tagung, habe ich versucht, den Inhalt einiger Referate zusammenzufassen und graphisch zu erläutern.

Eine kurze Erklärung des graphischen Bildes sei vorangestellt.

I. Der Verlag wird zusammengefaßt in sogenannte **Gruppenzentralen**, und zwar kommen für die Gruppenbildung in erster Linie die gleich interessierten Verleger in Frage, unter Umständen wäre auch die geographische Lage der Verlagsorte dafür in Betracht zu ziehen. Die Gruppenzentrale liegt an einem für die beteiligten Verleger geographisch und wirtschaftlich günstigen Mittelpunkt und bildet die Verkehrszentrale zwischen der betreffenden Gruppe und dem Sortiment. Im Einzelverlag selbst wird in erster Linie der individuelle Verkehr des Verlegers mit dem Autor gepflegt, ferner die für den einzelnen Verlag individuellen Herstellungsarbeiten, also die für jeden Verlag verschiedenen Aufgaben geleistet, z. B. Kasse, Buchhaltung, Kalkulation, Preisstatistik usw. Die Gruppenzentrale hingegen leistet die immer wiederkehrenden, zusammenfassenden Verlagsarbeiten, in erster Linie Abrechnung mit dem Sortiment, Propaganda durch gemeinsame Reisende, Vertrieb, Vertretung bei Behörden, auch Auslieferung und Statistik usw. Ferner läßt sich von diesen Gruppenzentralen aus ein gemeinsamer Verkehr der betreffenden Verleger mit den Lieferanten organisieren (und das würde eine der wichtigsten Aufgaben der Gruppenzentrale sein): Bezug von Papier, Verkehr mit Druckereien und Buchbindereien. Vor allem ist damit eine gewisse Typisierung in Druck, Format usw. gleichgerichteter Verlagswerke, also auch Herstellungsverbilligung ermöglicht (äußerliche Unterscheidungen z. B. in Farbe, Einband usw. sind dadurch nicht im geringsten beeinträchtigt).

II. Auch für das Sortiment ist eine Zusammenfassung gedacht, und zwar in den Großstädten mit vielen Einzelformenten in Form des **Buchhauses**, für die Kleinstadt- und Provinzsortimente in Gestalt der **Vertriebsfortimente**, die regional für die Hauptprovinzen über Deutschland verteilt sind (etwa 7—8) und ebenso wie die Verlagsgruppenzentrale geographisch und wirtschaftlich zentral gelegen sein sollen. Für das Einzelfortiment der Großstadt bleiben somit auch in erster Linie die individuellen Arbeiten, vor allem der Verkehr mit der Kundschaft usw., während die rein technischen Betriebsarbeiten an das zentral gelegene **Buchhaus** der Großstadt abgegeben werden. Dieses besorgt die Bestellabteilung (nach den täglich von den Einzelformenten eingehenden Bestellungen), Auszeichnung, die Abrechnung mit dem Verlag und den Versand und unterhält ein größeres Lager und eine Zeitschriftenstelle. Eventuell wäre ihm auch eine Verkaufsabteilung anzugliedern, je nach den örtlichen Verhältnissen. Der Bezug des Buchhauses geschieht direkt von den einzelnen Gruppenzentralen. Das **Vertriebsfortiment** dagegen ist hauptsächlich als eine Art **Verfortiment** ge-

dacht für den Provinzfortimenter. Es unterhält ein größeres Lager aller Verlagsgruppenzentralen, bezieht ebenfalls direkt bei den Gruppenzentralen und liefert andererseits direkt an die Sortimente seines Bezirks, übernimmt die Revisitationsendungen und Propaganda durch gemeinsame Reisende bei den Kleinstadtfortimenten usw.

Verlagszentrale, Vertriebsfortiment und Buchhaus sind etwa auf genossenschaftlicher Grundlage gedacht. **Abbildung 1:** die Einzeldarstellung, soll diesen Verkehr des Buchhandels an einem Beispiel durchgeführt zeigen, während **Abbildung 2** als Gesamtübersichtsplan ein allgemeines Beispiel der Organisation zeigen soll.

Abb. 1.

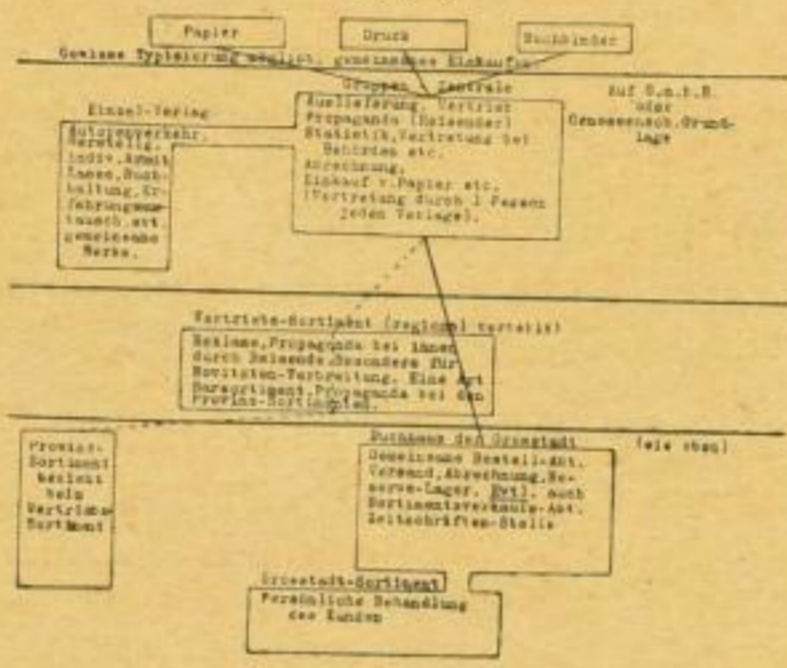
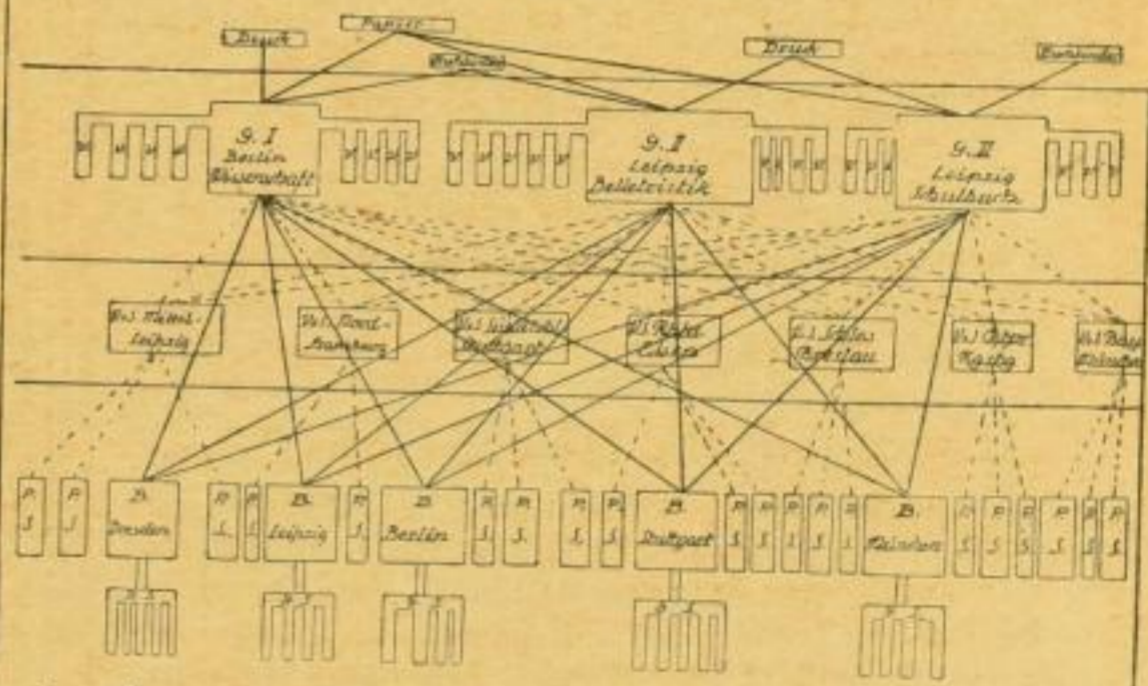


Abb. 2.



G = Gruppenzentrale. — VS = Vertriebsfortiment. — B = Buchhaus. V = Einzelverlag. — PS = Provinzfortiment. — GS = Großstadtfortiment.

Es ergibt sich ein Bild, das wohl auf den ersten Blick ganz interessant und anregend erscheint, aber bei näherer Prüfung erkennt man doch, daß diese Theorie in die Praxis umzusetzen noch ziemlich lange undurchführbar sein wird. Abgesehen von der Schwierigkeit, eine derartige umfassende Umorganisation

*) Aus verschiedenen Gründen sind wir erst heute in der Lage, diese Einsendung zum Abdruck zu bringen.