

ganz allein. Was an Zuschüssen a fond perdu aus Liebhaberei oder anderen Gründen zufließt, spielt keine nennenswerte Rolle. Aus jenen Aufwendungen der Bücherkäufer also ist einmal die gesamte Produktion zu bestreiten, zum andern die Verzinsung des im Buchhandel arbeitenden Kapitals und die Entlohnung der darin geleisteten Arbeit. Die Gesamtbeträge treten in Erscheinung in den Umsätzen vor allem des vertreibenden Buchhandels. Statistisch exakt sind sie überaus schwer zu erfassen. Aber schematisch-hypothetisch kann man der Sachlage wohl näher kommen. Das Adreßbuch des Deutschen Buchhandels weist insgesamt rund 8000 vertreibende Buchhandelsbetriebe auf. Auf jeden wird man im Durchschnitt wohl einen Jahresumsatz von 50 000 Mark ansetzen dürfen. Wohl gemerkt, schematisch im Durchschnitt; es gibt natürlich Betriebe mit größerem Umsatz, die Mehrzahl hat freilich wohl einen geringeren. Der obige Ansatz entspricht etwa der Verteilung der Betriebsbeitragsstaffeln. Der Gesamtjahresumsatz des deutschen Buchbetriebs wäre auf dieser Grundlage mit rund 400 Millionen Mark anzunehmen. Davon gehen im Durchschnitt mindestens 35% für Unkosten, Unternehmerlohn und Gewinn, Verzinsung usw. ab. Bleiben für den Einkauf also rund 260 Millionen. Davon werden im Durchschnitt wohl 50% zur Ergänzung der bereits eingeführten Lagerartikel verwandt; die anderen 50% stünden dann zur Aufnahme der jährlichen wirklichen Neuproduktion zur Verfügung. In dieser Rechnung ist nicht berücksichtigt, daß vielen Sortimenten Nebenbetriebe angegliedert sind, deren Gewinne dem Buchhandel zugute kommen können. Ebenso wenig ist berücksichtigt, daß sich das Bild durch das Eintreten des Zwischenbuchhandels an vielen Stellen verschiebt. Endlich fehlt auch ein Ansatz für die vom Verlag direkt oder durch eigene Sortimentsabteilungen getätigten Umsätze, die an sich aber auch erst später gesondert zu würdigen sein werden. Die bunte Wirklichkeit läßt sich eben nicht so einfach in ein grobes Schema pressen. Aber auf absolut exakte Feststellungen kommt es auch gar nicht so sehr an. Es sollen ja nur allgemeine Anhaltspunkte gewonnen werden. Dafür genügt aber: ein roher Überschlag läßt vermuten, daß jährlich insgesamt etwa 130 Millionen Mark im Sortiment zur Aufnahme erstmalig erscheinender Neuigkeiten zur Verfügung stehen dürften.

Wie verhält sich nun zu dieser, die Aufnahmefähigkeit des Marktes, also die Seite der Nachfrage beleuchtenden Überlegung das Ergebnis einer gleichen Prüfung des Angebots? Durch das Börsenblatt werden jetzt nach der Statistik der erstmaligen Ankündigungen jährlich rund 15 000 Neuerscheinungen angeboten. Von Fachleuten ist ermittelt worden, daß die Durchschnittsaufgabe etwa mit 4000 angenommen werden kann. Der Durchschnittsladenpreis für die einzelne Neuerscheinung ist nach den Veröffentlichungen im 1. Halbjahr 1924 mit rund 7.— Mark festgestellt worden. Der Gesamtladenpreiswert der jährlichen Neuigkeiten-Erzeugung dürfte sich nach diesen Unterlagen also wohl auf rund 420 Millionen Mark annehmen lassen. Rechnet man auch hier mit einem Durchschnittsrabatt von 35%, so wäre also eine Kaufkraft des Gesamtfortiments von mindestens rund 270 Millionen Mark vorauszusetzen, wenn die Neuproduktion in vollem Umfang beim vertreibenden Buchhandel untergebracht werden sollte. Die vorige Überlegung zeigte aber, daß bei ihm nach seinem Umsatz nur eine Kaufkraft von 130 Millionen jährlich vermutet werden kann.

Man wird gegen diese Rechnung einwenden, daß sie rein schematisch und völlig hypothetisch sei. Sie braucht auch gar nicht in jeder Zahlenangabe und dem ziffernmäßigen Ergebnis absolut richtig zu sein. Die praktische Erfahrung bestätigt längst, daß zwischen Angebot und Nachfrage ein bedenkliches Mißverhältnis besteht und beweist damit, daß die Rechnung mindestens im Grundmotiv richtig ist. Sie hat also ihren Zweck erfüllt, wenn sie das längst Gefühlte einmal zu sinnfälligem Eindruck brachte. Es genügt auch, wenn sich damit nur die Punkte klar herausstellen, an denen die weitere Erörterung anzuknüpfen hat, um das Problem durchzudenken.

Das Nächstliegende ist natürlich, eine Beseitigung des Mißverhältnisses zwischen Angebot und Aufnahmefähigkeit durch Einschränkung der Produktion zu versuchen. Das wäre in der

Tat das Radikalmittel. Ist es aber wirklich erreichbar? Hinter der technisch-kommerziellen Produktion steht als treibendes Moment die geistig-literarische. Wirklicher Erfolg wäre nur durch Einwirkung an dieser primären Stelle zu erzielen. Andernfalls hindert schon die Gewerbefreiheit mit ihrer freien Konkurrenz die Durchführung einer Radikalkur. Es kommt hinzu, daß ja auch jeder Verlagsbetrieb einen bestimmten Umsatz braucht, um wirtschaftlich arbeiten und fortbestehen zu können; er muß sogar nach höchstmöglichem Umsatz streben. Es ist daher zu befürchten, daß eine Verminderung der Zahl der einzelnen Neuunternehmungen durch eine entsprechende Erhöhung der Auflagenziffern jeder einzelnen ausgeglichen werden würde. Dann wäre aber das Endergebnis nicht viel anders.

Etwas anders läge es, wenn dem Verlag eine nennenswerte allgemeine Preissenkung gelänge. Auf dieselbe Umsatzsumme entfielen dann überall eine größere Stückzahl. Es wäre also möglich, mehr Neuerscheinungen unterzubringen. Viel kann aber auch dadurch nicht gewonnen werden. Die scharfe Konkurrenz sorgt schon heute dafür, daß die Preise so niedrig sind wie irgend möglich. Ist das Angebot tatsächlich doppelt so groß wie die heutige Aufnahmefähigkeit, so brähte ja erst Preisabbau um 50% Aussicht auf nennenswerten Erfolg. Dem stehen aber die Herstellungskosten entgegen, die vorläufig gar keine Neigung zur Verbilligung zeigen. Hier steht also der Buchhandel an einem non posse. Überdies müßte der Preisabbau ohne jede Änderung der Kaufkraft erfolgen. Denn wenn die Erleichterung von der Käuferschaft, statt mit vermehrter Aufnahme, mit Einschränkungen zum Besten ihres eigenen Etats quittiert würde, wäre der Versuch ein glatter Schlag ins Wasser und die Lage in nichts gebessert.

Bleibt als nächstes Ziel nur die Umsatzsteigerung. Die allseits mit größtem Eifer aufgenommene Werbung spricht dafür, daß man in der Tat diesen Weg für den gangbarsten und erfolgversprechendsten hält. Und wenn es gelänge, aus der Kaufkraft der letzten Konsumenten wirklich mehr als 400 Millionen jährlich auf die Mühlen des Buchhandels zu leiten, und zwar am besten natürlich gleich das Doppelte, dann wäre tatsächlich wenigstens im Augenblick das Problem gelöst. Umsatzsteigerung muß das vornehmste Ziel sein. Man vergesse aber nicht, daß angesichts der Verarmung unseres Volkes die Erreichung dieses Ziels heute schwerer denn je ist. Vor allem aber dürfte eine endgültige, dauernde Lösung doch auch so nicht erreichbar sein. Denn wird nicht mit dem vermehrten Umsatz auch sofort wieder die Produktion entsprechend wachsen? Und ist das Ganze dann nicht lediglich eine Kette ohne Ende?

Vor allem ist Umsatzsteigerung auch dann kein merkwürdiges Heilmittel, wenn nicht zugleich eine Minderung der Unkosten erreicht wird oder wenigstens einem Ansteigen dieser vorgebeugt ist. Dagegen könnte sehr wohl eine Erleichterung der Lage auch ohne Umsatzsteigerung schon erreicht werden, wenn eine Senkung der Unkosten erzielbar wäre. Auch diesen Punkt wird man daher sehr genau ins Auge zu fassen haben. Hier scheint sogar erstmalig ein Moment gefunden, wo tatsächlich Erfolg ohne Störung von außen und ohne die Wirkung aufhebende Folgeerscheinungen in Aussicht steht. Jede Senkung der Unkosten erhöht die Quote der aus dem Umsatz für die Geschäftserweiterung zurückzustellenden Mittel, sodaß so die Leistungsfähigkeit des Betriebs mit der Entwicklung der Produktion wirklich einigermaßen mitwachsen kann, zumal da der steigende Umsatz ja am ehesten den Unkostensatz verbessern hilft.

Von einer einmaligen Erhöhung des Betriebskapitals, an die wohl auch gedacht worden ist, kann dagegen eine dauernde Erleichterung nicht erwartet werden. Im Verlag drohte das lediglich zu noch stärkerer Produktion zu führen, was die Lage verschlimmerte. Das Sortiment wäre im Augenblick wohl kaufkräftiger; wenn sich aber die Kapitalzufuhr nicht dauernd erneuerte, wäre die Wirkung rasch verpufft. Die wirkliche Quelle, die das Werk speist, ist eben doch nur der Umsatz. Die organische Kapitalbildung aus dem laufenden Geschäft heraus erfolgt unter den heutigen Verhältnissen, wenn überhaupt, nur sehr langsam und tropfenweise. Darin liegt mit eine Ursache der vorhandenen Schwierigkeiten. Sie läßt sich aber nur organisch