

Vor allen Dingen ist in diesem Kreise bekannt, daß es auch in Deutschland einmal eine Zeit gab, wo der Buchhandel den Ladenpreis nicht kannte. Ich meine die weit zurückliegenden Zeiten des Tauschverkehrs. Warum sollte nicht auch einmal eine Zeit kommen, in der der Ladenpreis vielleicht eine überwundene Form des buchhändlerischen Vertriebes ist? Vielleicht befinden wir uns in einem Übergang, aus dem sich die geschilderte Entwicklung erklären läßt. Vielleicht haben die letzten Jahre den deutschen Buchhandel mit Riesenschritten vorwärtsgerissen, und er strebt in seiner wirtschaftlichen Gliederung neuen Zeiten und neuen Formen entgegen.

Die Lösung der von mir gestellten Vorfrage hängt davon ab, als was man den Ladenpreis ansieht; ob der Ladenpreis als etwas Vollkommenes oder Unvollkommenes, Reformbedürftiges betrachtet wird, ob er lediglich ein Entwicklungsstadium oder eine Vollendung ist. Dafür, daß das letztere zutrifft, könnte man wohl nicht einmal seine 100jährige Geltungsdauer anführen, denn die Zeit des Tauschverkehrs war viel länger. Ich möchte aber zur Beweisführung für die Vorfrage nicht erst längere Ausführungen machen, sondern mich ganz kurz auf die in diesem Kreise bekannte Literatur beziehen, die seinerzeit im Kampfe Buchhandel contra Akademischer Schutzverein erschienen ist. Sie wissen, daß damals eine Fülle an Literatur herauskam. Ich möchte mich nur auf die Schrift von Dr. Paul Siebed, dem Vater des jetzigen Mitgliedes des Börsenvereinsvorstandes, beziehen: »Die Organisation des deutschen Buchhandels«, und auf die kleine, sehr temperamentvolle Schrift von Dr. Wilhelm Ruprecht: »Der Ladenpreis im deutschen Buchhandel«. Siebed sagt z. B.: »Weshalb denn nur ein Ladenpreis, der vom Verleger festgesetzt wird? Weil er im Warencharakter des Buches begründet ist. Man mag über letzteren denken, wie man will, soviel steht fest, daß verschiedene Exemplare ein und desselben Werkes innerhalb einer und derselben Auflage in bezug auf Inhalt und Umfang keine Qualitätsunterschiede aufweisen.

Der Zwischenhändler, der den Bezug eines bestimmten Buches vermittelt, kann es nur vom Verleger desselben beziehen; er hat nicht, wie der Detailkaufmann meist, die Wahl zwischen verschiedenen Bezugsquellen. Folglich erhält auch der Konsument, wo immer er das Buch kauft, stets die gleiche Ware. Weshalb sollte er die Ware in Tübingen anders zu bezahlen haben als in Leipzig?«

Auch Friedrich Perthes sei noch angeführt. In seiner Schrift: »Der deutsche Buchhandel als Bedingung des Daseins einer deutschen Literatur« sagt er:

»Der Buchhandel beansprucht billige Preise der Verlagswerke und gleichmäßige Haltung der Fabrik-(Verlags-)Preise von Seiten der Verkäufer (Sortimentshändler) durch alle deutschen Länder. . . .«

Das, was in diesen Worten niedergelegt ist, gilt sicher auch heute noch.

Am Charakter des Buches als Monopolware, in mehr oder minder hervortretender Bedeutung, hat sich nichts geändert. Die Notwendigkeit der Bibliographien ist ebenfalls unbestreitbar, ebenso unbestreitbar erscheint mir die Zweckmäßigkeit der eigenartigen Vertriebsform des Buchhandels. Hier könnte vielleicht von Seiten des nichtwissenschaftlichen Verlags eingewendet werden, er sei am Konditionsverkehr weniger interessiert. Im Gegenteil, bei festem Kaufe könne es dem Verleger, zumal da er nicht direkt ans Publikum liefere, gleichgültig sein, zu welchem Preis der Kleinhändler die Ware loszuschläge; gerade die Art der freien Preisbildung, so könnte der nichtwissenschaftliche Verlag sagen, müsse dazu führen, die Bücherpreise so niedrig als möglich zu schrauben und den Absatz infolgedessen zu heben. Dagegen ist allerdings die Frage zu erheben, ob denn schon feststeht, inwieweit nicht auch der nichtwissenschaftliche Verlag wieder auf den Bedingungsverkehr zurückkommen werde.

Vor allen Dingen aber hängt die Frage über die Notwendigkeit des Ladenpreises ab von der Einstellung gegenüber dem deutschen Sortiment und der in ihm verkörperten Vertriebsform.

Das deutsche Sortiment, insbesondere das Provinzialsortiment, in seiner jetzigen Form und Ausdehnung steht und fällt mit dem Ladenpreis. Ruprecht bezeichnet in der von mir angeführten Schrift den Ladenpreis als die Schutzmauer des deutschen Provinzialsortiments. Um noch einen andern Gewährsmann hier anzuführen: William Heinemann, ein bekannter Londoner Verleger, führte auf dem 4. Internationalen Verlegerkongress aus: »Wir müssen zugeben, daß Ihr System die Möglichkeit geschaffen hat, daß Sortimentier auch an kleinen und entfernten Plätzen in einem von uns nicht geträumten Umfange existieren können.«

Dieses Zeugnis des Auslandes ist bezeichnend genug, und das heute im Ausland noch vorhandene Bestreben, die Vertriebsformen des deutschen Buchhandels nachzuahmen, dürfte wohl für die Notwendigkeit der Erhaltung und für die Wichtigkeit des Ladenpreises genug sagen.

Schließlich kann man als Grund für die Notwendigkeit der Erhaltung des Ladenpreises auch das Bestreben in anderen Warenbranchen anführen, zu der gleichen Entwicklung zu kommen, nämlich auf dem Gebiete der Markenartikel. Man geht von der Erwägung aus, daß ein vielfach hergestellter Warenartikel von absolut gleicher Qualität auch überall den gleichen Preis haben soll, und daß es zweckmäßig ist, wenn der Hersteller unter Berücksichtigung des Verdienstes seiner Detaillisten diesen Preis selbst festsetzt, nicht aber der Kleinhändler, da der Fabrikant von höherer Warte aus Kaufkraft und Absatzfähigkeit besser beurteilen kann als letzterer, der nur auf seinen kleinen Kreis eingestellt ist.

Gegen den Ladenpreis ließe sich noch auf das Verhalten mancher wissenschaftlichen Verleger hinweisen, die bei Sammelbestellungen und in bestimmten Fällen Vorzugspreise geben. Man könnte sagen: Wenn hier schon das Prinzip durchbrochen wird, ist es dann überhaupt noch am Platze, sich darnach zu richten? Nun ist bekannt, daß an sich den §§ 11 und 12 der Verkaufsordnung ein durchaus gesunder kaufmännischer Gedanke zugrunde liegt, nämlich daß bei Sammelbestellungen ein billigerer Preis gewährt werden könne als beim Einzelbezug, und daß es ebenso angängig sein müsse, den Beziehern, wenn sie für die Herstellungskosten mit aufkommen sind, einen Vorzugspreis einzuräumen, weil sie an der Erzeugung der Ware finanziell beteiligt sind.

Es muß Aufgabe der Organisation sein, darüber zu wachen, daß mit diesen Ausnahmen kein Mißbrauch getrieben wird. Jedenfalls kann die Anwendung der §§ 11 und 12 in angemessenem Rahmen als eine vorläufige Schleuderei und als ein Beweis gegen den Ladenpreis nicht angeführt werden.

Sieht man aber den Ladenpreis als das an, für das ich ihn betrachten möchte, nämlich als das Vollkommenste in der Preisbildung, so taucht die Frage auf, wie man ihn gegenüber den immer mehr zunehmenden Gefahren zu schützen hat, und welche Maßnahmen gegen seine Sabotierung zu ergreifen sind.

Dabei gilt es meines Erachtens scharf zu scheiden zwischen den Fällen eines unbedingt notwendigen Schutzes und der Notwendigkeit eines klugen Nachgebens, insbesondere dort, wo die Durchführung strafender und scharfer Maßnahmen vielleicht mehr ein Übel als eine Besserung bedeuten würde. Man kann in diesen Dingen nicht alles bürokratisch über einen Kamm scheren. Man wird nicht immer gleich mit dem Chirurgenmesser zu kommen brauchen, um das schuldige Glied auszumerzen. In manchen Fällen wird der Versuch am Platze sein, den Sünder mit Güte und Milde wieder auf die rechte Bahn zu bringen. Manche Fälle werden zunächst vielleicht besser auf dem Wege der inneren Medizin, um beim Wilde zu bleiben, behandelt. Man sollte mit therapeutischen Mitteln ihnen beikommen und sie zu bekämpfen versuchen.

Die heutige Tagesordnung stellt ja einige der Medikamente zur Debatte. Ich will, so reizvoll die Aufgabe ist, nicht näher darauf eingehen, sondern nur einige Probleme stichwortartig andeuten.