

Der Verlag sparte nicht unwesentlich an Arbeit und Versandspeisen, und der Ortsbuchhandel wäre in der Lage, die Neuigkeiten eines bestimmten Fachgebietes auf Grund der Gegenseitigkeit speisenfrei, oder wenigstens fast speisenfrei zu beziehen. Diese Methode hätte ja zur Voraussetzung einen viel straffer organisierten genossenschaftlichen Zusammenschluß des Ortsbuchhandels größerer Städte, für den ja der Rahmen durch eine zukünftige zweckmäßigere Umgestaltung der Orts- und Kreisvereine, oder durch Schaffung von Gildeortsgruppen gegeben werden könnte. Jedenfalls drängt einerseits die Überproduktion immer mehr zur Spezialisierung, und auf der andern Seite die veränderte Zeitlage zum genossenschaftlichen Zusammenschluß. Dieses Problem ist auch ein Zukunftsproblem des Buchhandels, welches große Beachtung verdient, weil es große Entwicklungsmöglichkeiten im Interesse einer rationellen Betriebsführung eröffnet, ohne dabei die Eigenart der verschieden gestalteten Betriebe zu zerstören, die gerade für den Vertrieb des Buches von so außerordentlichem Werte ist.

Ich kann diese Frage hier natürlich nur streifen, möchte aber nicht unterlassen, bei dieser Gelegenheit auf die praktische Durchführung des genossenschaftlichen Zusammenschlusses des Dresdner Ortsbuchhandels hinzuweisen in der Wahl eines gemeinsamen Kommissionärs in Leipzig. Wie segensreich hat sich diese Tat für den Dresdner Ortsbuchhandel ausgewirkt! Wieviel Spesen haben wir in der Zeit der Inflation gespart, und wieviel billiger arbeiten wir noch heute durch diesen genossenschaftlichen Zusammenschluß! Die Frage des Neuigkeitenvertriebs der Zukunft ist heute also mehr denn je eine Organisationsfrage. (Zuruf: Sehr richtig!)

Lassen Sie mich nun noch kurz zu diesen rein technischen Vorschlägen für eine Umgestaltung des Bedingtverkehrs einige Gesichtspunkte hervorheben, die die Notwendigkeit einer Umgestaltung unterstreichen, und die in einigen Forderungen an den Verlag gipfeln und die Voraussetzung bilden für ihre gezielte praktische Durchführung.

Es muß ein für allemal mit der alten Praxis gebrochen werden, dieselbe Neuigkeit, sagen wir, in fünffacher Anzahl an fünf oder zehn verschiedene Sortimenten einer Stadt zu senden, nur weil sie es verlangen und in der Kreditliste eine gute Nummer haben. Dann kommen wir wieder zu dem unwürdigen Wettlauf bei dem armen Professor, der das Buch von fünf Seiten zur Ansicht bekommt und vor lauter Angst nicht weiß, von wem er es nehmen soll, bis er von der Angst durch den Verlag befreit wird, der es ihm direkt zur Ansicht liefert und von dem er es dann behält. So ist es uns schon wiederholt gegangen. Nein, meine Herren vom wissenschaftlichen Verlag, so darf das nicht weitergehen. Es ist gewiß eine unbillige Forderung des Sortiments, dort ernten zu wollen, wo es nicht gesät hat. Ich kann wohl verstehen, daß manche im Umfang kleinere wissenschaftliche Erscheinung nicht tragfähig ist für die Propagandatätigkeit des Sortimenters und der Verleger auf direkte Propaganda und Lieferungen angewiesen ist. Aber der Verlag sollte dorthin, wo er weiß, daß für ihn gearbeitet wird, daß seine Neuigkeiten nicht unter den Tisch fallen, auch die direkten Lieferungen einstellen und direkte Bestellungen dem Sortiment überweisen.

Dazu gehört auch die Frage der Angliederung der Versandabteilungen an wissenschaftliche Verlagshandlungen zum rationelleren Vertrieb der Neuigkeiten. Auch sie bedeuten eine schwere Schädigung für das Sortiment und lähmen die Lust, den Neuigkeitenvertrieb, der bei ungenügendem Rabatt mit soviel Arbeit und Spesen verknüpft ist, in neue Wege zu leiten, weil es immer wieder wie im Märchen vom Has und Swinegel nach kräftigem Dauerlauf ihm entgegenklingt: »Ich bin all dor«, wobei ich es Ihrem Urteil überlassen muß, wer der Swinegel ist. (Heiterkeit.)

Auch zu der Frage der Angliederung von Versandabteilungen nimmt Horst Altemann in dem schon vorhin erwähnten Aufsatz über den Vertrieb wissenschaftlicher Bücher Stellung, wenn er schreibt:

»Es ist natürlich am bequemsten, für diese Entwicklung der Profitgier des Verlegers die Schuld zu geben, der auch noch den Rabatt des Sortiments in seine Tasche stecken will. Wer aber einigermaßen in volkswirtschaftlichen Dingen sich auskennt, weiß, daß diese Angliederung eines Sortiments in der jetzt üblichen Form nicht auf dem Wege rationaler Betriebsgestaltung liegt, sondern daß hier eine Gegenwirkung eingesetzt hat gegen irgend etwas, was die ruhige Weiterarbeit des Verlags als gefährdet erscheinen ließ. Ich möchte gleich von vornherein erklären, daß mir das Versandfortiment beim Verlag als ein heute vielleicht notwendiger Fremdkörper, aber auf jeden Fall doch als ein Fremdkörper erscheint, der so rasch wie möglich durch neue Einrichtungen ersetzt werden muß.«

Auch hiergegen wäre noch manches einzuwenden, doch würde es heute zu weit führen.

Ein weiteres Kapitel bildet auch die Lieferung des wissenschaftlichen Verlages an die Vereinsbuchhandlungen, die eine schwere Schädigung des wissenschaftlichen Buchhandels bedeuten. In der Zusammenfassung großer Berufsgruppen akademisch gebildeter Kreise, die sich durch Gründung eigener Buchhandlungen vom Sortiment unabhängig machen, liegt auch eine große Gefahr für den Verlag, weil die Gründung eines eigenen Verlages für diese Berufsgruppen die nächste gegebene Folge ist. Der Verlag Chemie, der Verlag des Vereins deutscher Ingenieure machen schon heute dem regulären wissenschaftlichen Verlag viel zu schaffen, und es liegt im eigenen wohlverstandenen Interesse des Verlages, durch Nichtlieferung an die Vereinsbuchhandlungen ihre schädigende Entwicklung zu hemmen. Ich weiß wohl, daß die Lösung dieser Frage mit vielen Schwierigkeiten verknüpft ist; ich erwähne sie nur, weil sie auch im Zusammenhang steht mit den Forderungen des Sortiments für eine erfolgsverheißende Umgestaltung des Bedingtverkehrs.

Und nun komme ich zum Schluß noch einmal zu dem *ceterum censeo*, zu der Frage, die in unlöslichem Zusammenhang steht mit der Umgestaltung der Bedingtlieferung im wissenschaftlichen Buchhandel, die die wesentlichste Grundlage bildet für die Durchführung der gekennzeichneten Vorschläge oder auch für neue Vorschläge von berufener Seite — ich wollte ja nur anregen und die Aussprache beleben —, ich meine die Rabattfrage.

Ich will nicht alle die Register wieder ziehen von der immer höher steigenden Spesenlast, von den erdrückenden Steuerlasten, von der Kapitalnot des Sortiments, von der geschmälersten, ja zum Teil vernichteten Kaufkraft des Publikums, von den sich immer mehr steigenden Absatzhemmungen durch Schleuderei und ungesunde Konkurrenz und von der größten Gefahr, der Überproduktion, die alle diese Lasten und Erscheinungen einer kranken Wirtschaft nur noch steigerte und den Ausblick in die Zukunft trübte. Das können andere viel besser und glaubhafter sagen, und wie oft ist es gesagt und geschrieben worden! Ich will nur auf den großen Gesichtspunkt hinweisen, der aus der Zeit gegenseitiger Verärgerung, für die besonders die Zeit der Inflation den Nährboden bildete, endlich Verlag und Sortiment wieder zu gemeinsamer Arbeit des Aufbaus zusammenführte. Die Not ließ uns erkennen, daß wir aufeinander angewiesen sind, und daß wir nur aufbauen können, wenn wir nicht gegeneinander, sondern miteinander arbeiten. (Zuruf: Sehr richtig!) Not kennt kein Gebot? O ja, sie kennt das Gebot »Ein jeder trage des andern Last«. Ein jeder helfe dem andern und schaffe und trage mit an den Lasten, denn es gilt ein Haus wieder auszubauen, unter dessen Dach beide leben wollen, Verlag und Sortiment. Die Frage des Neuigkeitenvertriebes der Zukunft ist ja nur ein Pfeiler zu diesem Gebäude.

Ich habe nachgewiesen, wie unrentabel in der Zeit blühender deutscher Wirtschaft der Neuigkeitenvertrieb auf der Grundlage der Bedingtlieferung sich gestaltete; ich habe nachgewiesen, und Sie wissen es ja alle selbst, wie ungeheuer sich die Spesen im Sortiment vermehrt haben, im Verhältnis ja viel mehr als die Erhöhung des Rabatts im wissenschaftlichen Sortiment. Und nun wollen wir diesen Neuigkeitenvertrieb zeitgemäß umgestalten auf der Grundlage eines relativ niedrigeren Rabatts. Nein, meine Herren, das ist nicht möglich. Das Sortiment soll erhöhte Arbeit leisten, so schaffen Sie dafür auch die Grundlage. Lassen Sie uns vom wissenschaftlichen Verlag und Sorti-