

Nach Schluß der Verhandlungen trafen sich die Teilnehmer zu einem Mittagessen in dem schönen Sommergarten der Silberburg. Allerlei Überraschungen künstlerischer Art sorgten für Unterhaltung, sodaß bald eine behagliche Stimmung herrschte und der Tag harmonisch, wie er verlaufen war, ausklang.

Ereignisse und Meinungen.

Von Dr. W. Junk.

X: Fusionen im Buchhandel.

(IX siehe Bbl. 1925, Nr. 103.)

Wie ein roter Faden zieht sich durch die buchhändlerische Bewegung der letzten Jahrzehnte (wahrscheinlich auch schon durch die der früheren, die aber auch die Älteren unter uns nicht mehr miterlebt haben) die Kette der Maßnahmen, die dem Sortiment wirtschaftlich helfen sollen. Wenn es auch augenblicklich den beiden anderen großen Zweigen des Buchhandels nicht gut geht, es muß billigerweise anerkannt werden, daß die finanzielle Lage des Ladenbuchhändlers (von der bekannten Scheinblüte während der Inflationszeit abgesehen) doch wohl immer die schlechteste war. Wie sie heute ist, das wird, wenn nicht durch eine Reihe anderer Erscheinungen, schon durch die ständige Zahl von Konkursen und Geschäftsaufsichten und vor allem durch die Listen bedenklicher Zahler, die der Verlegerverein herausgibt, bewiesen; die letzteren werden immer länger und enthalten immer häufiger Namen, die man in ihnen nicht erwartet hätte. Wir haben die Krönersche Großtat miterlebt, den Sieg über das Schleuderertum. Dieser war nun wirklich ein energischer Schritt auf dem Wege der Besserung der Sortimentlichen Lage. Wer sich der Zeit erinnern kann, in welcher dem Publikum bis zu 20% eingeräumt worden sind, der kann ermessen, was erreicht wurde. Die erhebliche Erhöhung des Verlegerrabatts war ein weiterer Schritt. (Diese Rabatterhöhung birgt allerdings die Gefahr in sich, daß in Zeiten wirtschaftlicher Bedrängtheit, denen das Sortiment, wie ich fürchte, entgegengeht, der Anreiz zum Schleudern wieder ein sehr großer sein wird; so wird mir erzählt, daß sich bereits Fälle ereignen sollen, wie sie uns ja noch aus den neunziger Jahren in Erinnerung stehen, in welchen neue Bücher künstlich antiquarisch gemacht worden sind, um unter dem Ladenpreis verkauft werden zu können.) Die jetzt notwendig gewordene starke Einschränkung des à condition-Verkehrs und die Verkürzung des Zahlungszieles überhaupt bilden wieder eine bedenkliche Belastung des Ladenbuchhändlers, der nicht immer wie der Verleger in der Lage ist, Barzahlungen von seinen Kunden zu erzwingen. Ein recht gutes Mittel aber zur Verbesserung der Lage des Sortiments und eines, das insofern beachtlich sein mag, weil es neu ist, ist der Werbefeldzug durch Vorträge, Schaufenster usw. Ein Fernerstehender kann das Ausmaß der Wirkung dieser Tätigkeit nicht beurteilen; doch wird man glauben dürfen, daß sie zufriedenstellend war. Es ist aber doch wohl trivial, zu sagen, daß ein Mittel, das mehr oder weniger allen Wettbewerbern zu Gebote steht, im Konkurrenzkampf an Kraft verlieren muß. Es ist bei der Eigenart des Buches, bei der Bornehmheit der Berufe, die sich ihm — wenn auch nur kaufmännisch — widmen, und bei den beschränkten Geldmitteln des Buchhändlers nicht durchzuführen, daß ein Einzelner, besonders Wigiger, Schlauer und Unversfroener diese Reklame so übertragend ausnützen könnte, wie es ein Hühneraugen- oder Hosen-trägerfabrikant tun kann, der so also seine Konkurrenz auszuschalten in der Lage ist. Auch liegt es weiter im Wesen jeder Reklame, daß ihre Wirkung nicht dauernd ist, also schnell verpufft und durch Wiederholung, wenn diese nicht immer wieder neu und originell ist, abgeschwächt wird. — Wenn es nun also dem Sortiment trotz aller Hilfe jetzt so schlecht geht — ich fürchte, allzuviel Finger der zweiten Hand wird man nicht in Anspruch zu nehmen haben, um beispielsweise die Berliner Sortimente aufzuzählen, die der Besitzer nicht lieber heute als morgen ohne Gewinn verkaufen möchte —, wenn alle die Besserungsmaßnahmen, deren Durchführung teils der Einsicht des Verlages, teils der Energie der Gilde, teils eigener Initiative des Sortiments zu verdanken sind, eine Hebung nicht herbeiführen konnten, so muß die Unverbesserlichkeit der Lage tiefer begründet sein.

Und wir kennen den wahren Grund: Es gibt zuviel Sortimentler. Es wäre müßig, in einem Fachblatte auszuführen, wie stark gerade nach dem Kriege und nach dem Niederbruch die Zahl der Laden-Buchhandlungen gestiegen ist; zum Teil durch Zustuß aus anderen Ständen, die bisher kaum Rekruten für diesen Stand geliefert haben. Immer noch herrscht die zum großen Teil unrichtige Ansicht, daß es nicht nur ehrenvoll und etwa bis dahin betriebener akademischer Arbeit wesensverwandt ist, mit Büchern zu handeln, daß es auch amüsant, geldbringend und vor allem sehr leicht ist. Man denke: 40% Bruttogewinn! Von den 25—30% Geschäftsspesen, von der — im Verhältnis zu anderen Ständen — geradezu lächerlichen Beschränktheit des Absatzes, von dem Risiko des fressenden Lagers — von alledem wollen die neuen Kandidaten nichts hören, das lehrt sie erst peinvollste Erfahrung. Mangelnde Geschäftseinsicht aber heißt bald Geschäftsaufsicht. Und es dauert ja nicht allzulange und von den 1000 Masten, mit welchen der Jüngling in den Ozean schiffte, wird einer nach dem andern gefappt. Wenn man aber so einem jungen Adepten unserer Wissenschaft alles dies vorhält, so wird er bestenfalls mit jenem achtungsvollen Schweigen zuhören, das gut erzogene Jünglinge weisen Lehren Älterer entgegenbringen. Man merkt förmlich, wie es in ihm aufbegehrt: »Was verstehst Du davon, Du alter Knopp — ich werde die Welt schon erobern!« Vor allem herrscht in ihm die Idee vor, die darin gipfelt, daß es ihm gelingen werde, durch irgendwelche Mittel den Kundenkreis zu vergrößern, also den Absatz außerordentlich zu erhöhen. Nun gibt es aber, wie unsere tägliche Erfahrung lehrt, keinen kaufmännischen Betrieb, in welchem die Absatzmöglichkeit derart regional beschränkt ist wie beim Laden-Buchhandel (bei einigen wenigen, großen, exportierenden Sortimentern mag es sich anders verhalten; und ebenso kommen natürlich auch persönliche Beziehungen des Sortimenters zu irgendwelchen »außerhalbischen« Kunden nicht in Betracht). In großen Städten ist der Kundenkreis, soweit es sich nicht um die außerordentlich geringe Zahl großer alter Betriebe, falls sie immer noch gut geleitet sind, handelt, fast ganz auf den Stadtteil beschränkt. Der benachbarte Handschuh- oder Eisenwarenhändler kann durch Fleiß, Zuverlässigkeit und Güte seiner Ware in bezug auf lokale Ausdehnung seines Kundenkreises mit weit besseren Resultaten aufwarten, zumal da die Ware des Buchhandels außerdem die den freien Wettbewerb so stark einschränkenden Preis-Fesseln, die Marken-Artikeln eigentümlich sind, tragen muß. Wird vielleicht — um einen trassen Fall anzunehmen — jemand, der am Schlesi-schen Tor wohnt, nach dem Kurfürstendamms fahren, nur weil ihm dort Schillers Werte, die er für ein Konfirmandengeschenk braucht, durch einen freundlicheren, gebildeteren und aufmerksameren Chef verkauft werden, aber doch schließlich nicht um einen Pfennig billiger als der Buchhändler des Kunden, der um die Ecke herum wohnt, sie liefert? Und ebenso, wie es sich mit der lokalen Ausbreitung des Kundenkreises verhält, ist es mit der Bestellung, die etwa Stände, deren Mitglieder man durch besondere Anstrengungen der Konkurrenz abspenstig machen möchte, anbelangt. Nur ein Beispiel dafür: Was haben wir des Wunders viel gehört von dem Fabrikarbeiter und Tagelöhner, der in 4 Jahren langweiligen Stellungskrieges die Lust und Kunst des Lesens erlernt hat und der nun dem Buchhandel dauernd gewonnen ist! Wieviel Arbeiter sind aber in den Buchläden erschienen, selbst in jenen Monaten, als sie in Weinkneipen gehen konnten, während der Akademiker in der Volksküche saß? Nicht zu sprechen von der Kaufwilligkeit des Proletariats in der jetzigen Zeit, in der es dem Arbeiter ebenfalls herzlich schlecht geht. (In dieser Beziehung sei zur Erhärtung des Gesagten an eine gleichartige Erscheinung erinnert: Wie rührend lasen sich nicht ebenfalls die Berichte von dem einfachen Mann, der im Schächengraben das Schach erlernte und mittels selbstgeschnitzter Steine trieb, und was versprach man sich nicht in interessierten Kreisen von diesem Nachwuchs für die Nachkriegszeit! Ich, der ich in schachlichen Dingen ziemlich Bescheid wissen muß, kann nur sagen, daß ein Resultat dieser Kriegsbeschäftigung kaum festzustellen ist. Man merkt nicht allzuviel von einer Ausbreitung des Interesses für dieses Spiel; ja, gerade im Schach, in welchem die Qualität mit der Menge, aus welcher sie sich herauszuschälen