

fielen ihnen, die dann teils vom Sortiment in ganz unregelmäßiger Preisbildung, teils auch direkt ans Publikum auf neuen Wegen (Bücherwagen!) vertrieben wurden. Hier waren wertvolle Bestände zu haben zu Preisen, daß eine Konkurrenz mit den niedrigen Herstellungskosten der Buchgemeinschaften sogar unter Einschaltung des Sortiments wohl möglich schien*).

Der Gedanke schien zunächst ungeteilte Zustimmung zu finden. Die befragten Sortimenter begrüßten es geradezu begeistert, endlich eine Waffe gegen die gefährlichen Konkurrenten zu erhalten, die ihnen namentlich ermöglichen würde, die Bücherhungerigen, aber verarmten Kreise des ehemaligen Mittelstandes wieder in ihren Läden zurückzuführen, und die Verleger lockte wohl auch der Gedanke, einmal einen praktischen Versuch mit dem ihnen so oft von Autoren und Bücherfreunden vorgehaltenen Gedanken machen zu können: Wird nicht der Absatz auch des gehaltvollen und ernstesten, ja auch gewisser Arten des wissenschaftlichen Buches durch billigste Preisstellung und Organisation der Abnehmerkreise so beschleunigt werden, daß man daraufhin eine erheblich höhere Auflage mit immer noch gutem Gewinn (da Zins und Risiko wegfallen) herausbringen und so die Verbreitung der Gedanken, denen man als Verleger zu dienen sich bestrebt, in erheblich weiterem Maße erreichen kann?

Daß die mit der Maßnahme verbundene Aufhebung des Ladenpreises (gemäß der Verkehrsordnung des Börsenvereins) für eine solche größere Anzahl von Büchern zu einer Gefährdung des Gedankens des Ladenpreises als solchen und einer Verminderung der Einschätzung des »richtigen Wertes« des Buches führen könne, das konnte nicht einleuchten. Denn waren nicht bisher schon Aufhebungen des Ladenpreises zu Hunderten erfolgt? Waren nicht ferner zu allen Zeiten Bücher erschienen, die im Verhältnis zu anderen enorm billig waren? (Man denke an den Kampf gegen Reclam, an den Volks-Goethe u. a.) Und konnte wirklich eine Irreleitung des Urteils des Publikums von einer so geringen Zahl von Werken, deren jedes zudem nur in einer beschränkten

*) Da immer wieder der Einwand erhoben wird, mit einer Zusammenstellung von »Ladenhütern«, wie sie die erste Liste der BCG zeige, sei keine wirksame Propaganda möglich, sei noch folgendes erwähnt:

1. Es scheint, daß wenige Sortimenter die Kataloge der Buchgemeinschaften einmal kritisch geprüft haben. Mir ist in diesen Listen (trotz beschränkter Kenntnisse auf diesem Gebiet) eine ganze Anzahl Werke aufgefallen, die vor Jahren in angesehenen Verlagen erschienen und lange hoffnungslose Bestände der Sortimentlager und Ramscher zu sein schienen.

2. Die Restauflagen in der Liste der BCG betreffen wohl in der überwiegenden Mehrzahl der Fälle Werke, an deren en bloc-Verkauf der Verleger unter einigermassen normalen Verhältnissen nicht gedacht hätte, deren Absatz unter Vorkriegserwartungen ein durchaus normaler war. Es sind Werke, deren Absatz sich auf längere Zeit erstreckte, was unter heutigen Zinssätzen ein Verlustgeschäft wird, Werke eines Charakters also, auf die die deutsche Buchwirtschaft der Nachkriegszeit verzichten muß, so bedauerlich es ist.

3. Aus den Hunderten von Angeboten ist nur eine verhältnismäßig kleine Auswahl getroffen worden. Die Prüfung erfolgte zunächst durch literarische Sachverständige unter dem Gesichtspunkt des literarischen Niveaus, sodann folgte eine zweite Siebung durch die dem Vorstand der BCG angehörenden buchhändlerischen Fachleute, bei der wiederum eine erhebliche Anzahl inhaltlich wertvoller Werke aus Gründen minderwertiger Ausstattung ausgemerzt wurde. Die Liste kann daher wohl für sich in Anspruch nehmen, hoch über dem Durchschnitt der Grosslistenangebote zu stehen.

4. Wenn in der Liste »der große Schläger« vermisst wird, der den Angeboten der Buchgemeinschaften die Wage hält, so verweise ich auf das oben unter Punkt 1 Gesagte. Man bedenke auch, wieviele Werke der deutsche Verlag jährlich veröffentlicht in der Hoffnung, es würden Schlager werden, und wie wenige diese Erwartungen rechtfertigen. Man kann gerechterweise an einen ersten Versuch nicht die allerhöchsten Ansprüche stellen. Meines Erachtens sollte es dem Sortiment genügen, wenn diese erste Liste eine Möglichkeit eröffnet, weitere Abwanderungen zu den Buchgemeinschaften zu verhindern und darüber hinaus die durch die Verarmung von regulären Buchkäufern ausgeschlossenen früheren guten Bücherkäufer wieder ins Sortiment zu bringen.

Restauflage zur Verbreitung kam, erreicht werden? Wahrlich, wenn jetzt, nachdem nach langwierigen Umfragen endlich zur Tat geschritten wurde, diese Vorwürfe gegen die BCG erhoben werden, dann wäre es besser, offen zu erklären: wir wollen keine billigen Bücher; kleiner Umsatz und großer Nutzen soll die Devise des deutschen Buchhändlers auch im Jahre der Krise 1926 bleiben — mag darunter Wirtschaft und Geistesleben zugrunde gehen!

Aber noch eins bleibt zu bedenken: Als seinerzeit der Akademische Schutzverein Sturm gegen die Abschaffung des Kundenrabatts lief, da konnte er sich nicht ganz mit Unrecht auf den volkswirtschaftlichen Grundsatz berufen, daß in jedem anderen Wirtschaftszweig der Käufer größerer Mengen einen Preisvorteil zu haben pflege. Der Buchhandel hielt die Gefahr, daß jede Möglichkeit der Rabattgewährung zu hemmungsloser Schleicherei führen könne, für überwiegend und hat seinem Standpunkt zum Siege verholfen. Der gelegentliche Bücherkäufer und derjenige, der dauernd erhebliche Prozentsätze seines Einkommens an seinen Buchhändler abführt, zahlen genau die gleichen Preise. Und sogar die Preisermäßigung, die man früher aus dem wesentlich niedrigeren Rabattsatz der wissenschaftlichen Literatur folgern konnte, hat sich abgeschwächt. Das ist ein Zustand, mit dem das Publikum sich mit zunehmender Verknappung der Lebensbedingungen immer weniger abzufinden gewillt ist. Der Buchhandel muß in seinem eigensten Interesse darauf sinnen, jenem volkswirtschaftlichen Grundgesetz in irgendwelcher Form zu entsprechen. Die Mitgliedschaft bei der BCG gewährt demjenigen, der sich zu regelmäßigen Büchertäufen verpflichtet, einen erheblichen Preisvorteil, dessen sich der gelegentliche Bücherkäufer nicht erfreut. Da sich dieser Vorteil nur auf eine beschränkte Zahl von Büchern erstreckt, wird der Ladenpreis für den ganzen großen Rest (nach dem Prinzip der Nachgiebigkeit in Nebenpunkten) eher gesichert als gefährdet.

Dazu kommt noch, daß die Mitglieder der BCG künftige Bücherbezüge vorausbezahlen. Je höher der Zinssfuß in der Wirtschaft ist, um so höher ist der Wert dieser Vorleistung einzuschätzen.

Zum Schluß noch eine Zusammenstellung richtungweisender Symptome der heutigen buchhändlerischen Wirtschaftslage:

1. Übergang des Tempel-Verlages an die »Deutsche Buchgemeinschaft«. Die Buchgemeinschaften streben danach, von dem Pflichtbuchzwang loszukommen, um auch kulturell anspruchsvollere Schichten zu sich herüberzuziehen. Wenn auch ihre Auswahl, wie sich aus der Natur der Sache ergibt, eine verhältnismäßig beschränkte bleiben wird, so darf doch die Anziehungskraft dieser Bewegung auf die Käuferkreise, die das Rückgrat der Existenz des Sortimentbuchhandels bilden, nicht unterschätzt werden.

2. Aufhebung des Ladenpreises einiger hundert Bücher durch einen großen Zeitungs- und Buchverlag und Vertrieb dieser Werke unmittelbar durch die Zeitungen. Die Kaufkraft eines erheblichen Teils des Publikums wird unter Umgehung des Sortiments aufgebraucht.

3. Der erst vor wenigen Tagen erfolgte Verkauf eines in der vordersten Reihe der kulturellen Verleger stehenden Verlags, einer Firma von Welt Ruf, an einen Zeitungsverlag. Wieviel Verlage werden in den nächsten Monaten noch zum Verkauf kommen? Werden es die Buchgemeinschaften sein, die sie aufnehmen, oder Zeitungsverlage oder andere großkapitalistische Unternehmen? Eines scheint sicher, daß die vorhandenen Vorräte und die künftige Produktion zum erheblichen Teil auf anderem Wege als durch das Sortiment den Abnehmer suchen werden.

Das Sortiment hat daher ein Interesse daran, die BCG zu unterstützen. Und wäre es nur, weil dies die einzige Stelle ist, die sich systematisch bemüht, schwach gewordenen Verlegern durch Übernahme großer Lagerbestände Vermittel zur Verfügung zu stellen und diese Werke ausschließlich durch Vermittlung des Sortiments ins Publikum zu bringen.