

Ich bin hier auf den Einwand gefaßt, daß diese Zahlen nicht stimmen können, weil es solch teure Bücher — nach Umfang und Inhalt gerechnet — nicht gibt. Das ist richtig. Es gibt sie aber nur deshalb nicht, weil wir uns nicht trauen, diese Preise zu fordern, weil wir alle es — bewußt oder unbewußt — im stillen ebenso machen wie der Verlag Hiersemann, der nach seiner Anzeige im Bbl. 1925, Nr. 282 für ein Buch, das eigentlich 32 Mark kosten müßte, nur 25 Mark verlangt, der mit diesem Verzicht der allgemeinen Notlage Rechnung trägt, wie wir es bei unseren Berechnungen wohl alle tun, der aber daraus auch die einzig richtige Folgerung zieht und den Buchhändler Rabatt auf höchstens 40% (bei Partiebezug) beschränkt. Ich war selbst lange Jahre Sortimentler, kenne dessen Nöte und Sorgen, weiß, daß diese heute größer sind als vor 25 Jahren, und weiß auch, daß ein lebens- und zahlungsfähiges Sortiment die Grundbedingung für den Verlag ist. Aber die nackten Zahlen dieser dritten Tabelle zwingen zu der Erkenntnis, daß wir mit dem heute üblichen Rabatt von 40 und 45% selbst bei Büchern mit hohen Auflagen nicht leben können. Ich habe dabei den vielfach bewilligten Rabatt von 50% ganz außer acht gelassen, obwohl er sich in manchen Fällen nicht umgehen läßt, habe in die mit 40% angelegten Verlagsunkosten auch weder besondere Aufwendungen für Propaganda (Verlagskataloge, Plakatierung usw.) noch eine Risikoprämie eingerechnet und bin mir bewußt, daß bei Auflagen, die sich nur langsam verkaufen, die Verlagsunkosten mit 50% gerechnet werden sollten. Ich habe die Preise auch für Auflagen bis zu 10 000 Stück berechnet, um zu zeigen, daß die Herstellungskosten nach 6000 Stück beim einzelnen Exemplar nur noch um Pfennige sinken, hohe Auflagen, die viel Geld verschlingen, heute also auch keinen Vorteil bieten. Ich sehe daher keinen anderen Ausweg aus unserer jetzigen Zwangslage als Rabatt-Beschränkung wenigstens für diejenigen Buchhandlungen, die sich um den Vertrieb der neuen Erscheinungen eines Verlags nicht kümmern und sich darauf beschränken, die ihnen infolge der Verlagspropaganda ins Haus gebrachten Bestellungen weiterzugeben.

Man könnte hier auch einwenden, daß es doch nicht nötig sei, bei der Steigerung der Einbandkosten von 45 Pfennig auf 80 Pfennig, also um 90%, den Verkaufspreis von 1 Mark auf 3 Mark, also auf das Dreifache zu erhöhen. Auch dies ist bei 40% Geschäftsunkosten und 40% Buchhändler-Rabatt gar nicht zu umgehen, wenn überhaupt noch ein Verdienst am Einband bleiben soll, wie folgende Tabelle zeigen mag:

Ladenpreis	Rabatt	Nettopreis	Unkosten in %	Unkostenbetrag	Netto-Erlös	Herstellungskosten	Verdienst	%
1.—	30%	— .70	15%	— .10	— .60	— .45	— .15	20
2.—	35%	1.30	30%	— .39	— .91	— .65	— .26	20
3.—	40%	1.80	40%	— .72	1.08	— .80	— .28	15

Ich habe in diese Tabelle nur die Preise für einzelne Exemplare aufgenommen; bei einem Verkaufspreis von 3 Mark und 45% Buchhändler-Rabatt sinkt der Verdienst des Verlags schon auf 11%, bei 50% Rabatt auf 7% vom Nettopreis. Würde man bei 80 Pfennig Herstellungskosten den Verkaufspreis mit nur 2.50 Mark berechnen, so ergäbe dies schon bei 40% Rabatt nur 7% Verdienst, bei Verkäufen mit 50% Rabatt aber 4% Verlust.

In der von Herrn Lehmann im Bbl. Nr. 272 veröffentlichten Tabelle ist die Erhöhung der Einbandkosten mit nur 61% angegeben. Für Leinenbände ist sie nach meinen Unterlagen wesentlich höher, was auch daraus hervorgeht, daß der Meter Rattleinen, der im Jahre 1914 nur 42 Pfennig, im Frühjahr 1924 aber 99 Pfennig und im Juli 1924 noch 1.05 Mark kostete, heute mit 1.12 Mark bezahlt werden muß; der Verbandspreis ist sogar 1.16 Mark, beträgt also fast das Dreifache. Ebenso stieg der Friedenspreis eines Zentners Pappe: 6.50 Mark im Frühjahr 1924 auf 15 Mark, ist aber inzwischen auf 14 Mark zurückgegangen.

Ich bitte, in den Tabellen zu vergleichen, daß sich für das gleiche Buch, dessen Herstellung bei einer Auflage von 3000 Stück — ohne Honorar und Unkosten — für das gebundene Expt. 1914: 1.99 Mark, 1924: 2.94 Mark und 1925: 3.56 Mark kostete, ein Verkaufspreis von 6, 12 und 20 Mark ergibt. Der Preis von 20 Mark sinkt aber sofort auf 16 Mark, sobald man den Rabatt bei Einzelbezug auf 35%, bei 10 Stück auf 40% beschränkt, und dieser Preis von 16 Mark würde die Herstellungskosten bei dem geringeren Rabatt ebenfalls durch Verkauf von 2120 Stück decken. Aber auch für 16 Mark ist ein Buch dieses Umfangs unverkäuflich, und erst eine Auflage von 5000 Stück ermöglicht bei einem Rabatt von 35 und 40% einen Verkaufspreis von 12 Mark, also den doppelten Friedenspreis, wie er auch für die Reclam-Bändchen gilt. Dennoch würde jeder Sortimentler auch den Preis von 12 Mark noch als zu hoch bezeichnen, zumal da nach dem Ausweis seiner Kassenzettel Bücher über 10 Mark sich immer schwerer verkaufen lassen.

Bei rein kaufmännischer Betrachtung drängt sich die Forderung, kleine Auflagen mit hohen Preisen zu drucken, von selbst auf. Wir kommen aber nicht darüber hinaus, daß die allgemeine Berührung möglichst niedrige Preise verlangt, wenn das Bücherkaufen nicht ganz aufhören soll. Wenn wir dem Rechnung tragen und die Bücherpreise bewußt weit niedriger halten, als sie eigentlich sein müßten, so ist das ein Opfer, das der Verlag allein unmöglich tragen kann, bleibt ihm nach diesen Tabellen bei Zweidritteldeckung doch nur ein Nominalverdienst von 12%, der aber dadurch aufgezehrt wird, daß wir die sich zwangsläufig ergebenden Verkaufspreise nicht bezahlt bekommen, sodaß selbst bei Verkauf der ganzen Auflage kaum von einem Verdienst gesprochen werden kann. Von wie vielen Büchern wird aber die volle Auflage nicht verkauft! All unsere Arbeit kommt heute also zu guter Letzt darauf hinaus, den Betrieb mit mehr oder weniger großen Opfern im Gang zu erhalten, und es wird wohl nur wenige Verlage geben, die aus dem Überschuf des Umsatzes die Mittel für neue Unternehmungen gewinnen, wie dies in einer gesunden Wirtschaft selbstverständlich sein sollte. Wir müssen uns also eingestehen, daß der Buchhandel heute nicht mehr ein notleidender, sondern ein todkranker Beruf ist, dem nur noch eine Radikalkur helfen kann.

In einem Wiener Bericht des Börsenblatts war kürzlich mit einem gewissen Stolz hervorgehoben, daß der deutsche Verlag die Friedensproduktion mit rund 30 000 Neuerscheinungen annähernd wieder erreicht hat. Es ist aber ein gefährlicher Irrtum, in dieser Tatsache ein Zeichen entschlossener Tatkraft und Unternehmungslust zu sehen, denn es stände heute weit besser um uns, wenn es nicht 30 000, sondern nur 5000 neue Bücher im Jahre gäbe, deren Vertrieb sich dann auch das sich seiner Aufgabe bewußte Sortiment bei einer gewissen Spezialisierung noch mit Aussicht auf Erfolg widmen könnte. Wir sind heute eine Notgemeinschaft und dürfen uns nicht vor der Einsicht verschließen, daß wir jetzt andere Wege gehen müssen als bisher, wenn wir nicht verhungern wollen. Es sollte daher doch nicht allzu schwierig sein, daß sich die Sortimentler einer Stadt zu einer gewissen Arbeitsteilung zusammensuchen, indem der eine etwa Rechtskunde und Volkswirtschaft, der nächste Medizin und Naturwissenschaft, ein dritter schöne Literatur, ein vierter Bilderbücher und Jugendschriften, ein fünfter Technik, ein sechster Sport und so fort als Sondergebiet pflegt und — was das Wichtigste bleibt — einer dem anderen die Interessenten zuweist, die für ihn in Frage kommen. Jede Buchhandlung kann dann — auch durch Austausch von Vorräten — ihr Lager verkleinern und durch Neuigkeiten ergänzen, allmählich auch wieder einen Stamm von Kunden gewinnen, woran es heute so oft fehlt. Könnte nicht auch die technische Buchhandlung, die ein Werk in Partien bezieht, dem Kollegen in der Nachbarstraße davon zum Selbstkostenpreis abgeben und dafür von diesem aus seinem Spezialgebiet bekommen, was er für einen bestimmten Zweck gerade braucht? Dem Verlag, der heute Partiestellungen nur noch selten sieht und fast immer einzelne Exemplare versenden muß, wäre dadurch ebenfalls geholfen und nicht nur die tägliche Arbeit, sondern vor allem auch die Werbung wesentlich erleichtert, wenn diese in jeder Stadt von einer Spezialfirma planmäßig durchgeführt wird. Daß die Riesensummen, die der gesamte Buchhandel heuer für Weihnachtspropaganda aufgewendet hat, sich nicht gelohnt haben, dürfen wir uns nicht verhehlen. Wenn wir die verminderte