

helm Engelmann in Leipzig, der er bis dahin bereits viele Jahre bewährte Dienste geleistet hatte, Procura erteilt. Im Jahre 1888 nach dem Tode von Dr. Rudolf Engelmann wurde er Leiter und Teilhaber der Verlagshandlung. Neben seiner umfassenden beruflichen Tätigkeit stellte er seine reichen Kenntnisse noch dem Buchhandel im allgemeinen zur Verfügung, so war er von 1889 bis 1892 im Ausschuß für das Börsenblatt und von 1895 bis 1901 im Vorstand des Börsenvereins, außerdem war er einige Jahre Vorsitzender des Vereines der Buchhändler zu Leipzig. 1909 wurde er von der Universität Leipzig bei Gelegenheit ihres 500jährigen Jubiläums zum Doctor jur. honoris causa ernannt, im gleichen Jahre wurde ihm das Ritterkreuz I. Klasse des Albrechts-Ordens verliehen. Nicht unerwähnt sei seine Ernennung zum ordentlichen Mitglied der literarischen Sachverständigen-Kammer.

Im Jahre 1913 gründete Emmanuel Reinde unter seinem Namen einen eigenen Verlag. Hier erschienen unter anderem Werke von Driesch, Bücher, Bon, Binding. Am 7. April 1923 übergab der Verstorbene infolge seines hohen Alters seinen Verlag Herrn Dr. Georg Pirzel, Inhaber der Firma S. Pirzel in Leipzig.

Verkehrsnachrichten.

Berliner amtliche Devisenkurse.

	am 14. November 1926		am 15. November 1926	
	Geldkurs	Briefkurs	Geldkurs	Briefkurs
London 1 £	20,399	20,451	20,399	20,451
Holland 100 Guld.	168,28	168,70	168,24	168,66
Buenos Aires (Pap.-Bel.) 1 Peso	1,710	1,714	1,708	1,712
Oslo 100 Kr.	105,32	105,58	105,33	105,59
Kopenhagen 100 Kr.	112,16	112,44	112,22	112,50
Stockholm 100 Kr.	112,25	112,53	112,25	112,53
New York 1 \$	4,2055	4,2155	4,206	4,216
Belgien 100 Belga	58,56	58,70	58,565	58,705
Italien 100 Lire	17,41	17,45	17,37	17,41
Paris 100 Francs	13,85	13,89	14,09	14,13
Schweiz 100 Francs	81,08	81,28	81,10	81,30
Spanien 100 Pesetas	63,62	63,78	63,69	63,85
Rio de Janeiro 1 Milreis	0,545	0,547	0,551	0,553
Japan 1 Yen	2,065	2,069	4,063	4,067
Brag 100 Kr.	12,452	12,492	12,456	12,496
Helsingfors 100 Finn.	10,575	10,615	10,577	10,617
Lissabon 100 Escudo	21,525	21,575	21,525	21,575
Sofia 100 Lewa	3,031	3,041	3,04	3,05
Jugoslawien 100 Dinar	7,415	7,435	7,417	7,437
Wien 100 Schill.	59,29	59,43	59,29	59,43
Budapest 100000 Kr.	5,887	5,907	5,89	5,91
Danzig 100 Guld.	81,45	81,65	81,47	81,67
Konstantinopel 1 türk. L.	2,125	2,135	2,125	2,135
Athen 100 Drachm.	5,19	5,21	5,24	5,26
Kairo 1 ägypt. L.	20,916	20,968	—	—
Batavia 100 Lei	2,325	2,345	—	—
Warschau 100 Loty	46,48	46,72	—	—
Wiga 100 Lais	80,775	81,175	—	—
Reval 100 Estn. M.	—	—	—	—
Sowmo 100 Litais	41,67	41,88	—	—

Sprechsaal.

(Ohne Verantwortung der Redaktion; jedoch unterliegen alle Einsendungen den Bestimmungen über die Verwaltung des Börsenblatts.)

„Sortiment und Reisebuchhandel“.

Eine Entgegnung.

In den Nummern 246 (21. Oktober 1926) und 254 (30. Oktober 1926) des Börsenblattes sind unter der obigen Spitzmarke zwei Aufsätze erschienen, die man in einem Fachblatt des Buchhandels zu finden schwerlich erwartet hätte: — so kraß tritt darin die Unkenntnis des eigenen Berufs und die Unkenntnis buchhändlerischer bzw. verlegerischer Kalkulation zutage. Der erste Artikel stammt offenbar von einem Verleger. Leider hat er seinen Namen nicht genannt; vermutlich deshalb nicht, weil ihm letzten Endes doch wohl einige Zweifel in bezug auf die Stichhaltigkeit seiner Behauptungen aufgefallen sind und er sich einer Absuhr nicht aussetzen wollte. Er mußte, daß man von ihm als »Verleger« Geschäftskennntnis und Beherrschung der Kalkulation verlangen durfte. Der Kollege, der in die gleiche Kerbe wie der erwähnte Verleger hieb, war ein Sortimentler, und zwar einer, wie anerkannt sei, der mit offenem Visier in die Arena des »Sprechsaals« trat. Vom Durchschnittsortimenter erwartet man nicht, daß ihm kaufmännisches Rechnen geläufig sei. Wir dürfen das also auch nicht von Herrn Anorn-Waldenburg i. Schl. erwarten. Er rechnet zwar auch, aber er rechnet eben falsch. Allerdings hat ihn der Kollege vom Verlag auf den fatalen Holzweg gelockt.

Beide Fachmänner behaupteten in ihren Artikeln, der Reisebuchhandel verteuere den Verkaufspreis der von ihm vertriebenen Bücher, weil er 60% Rabatt brauche. Wie liegen die Dinge in Wirklichkeit? Die Arbeit des Reisebuchhandels hat gerade das Gegenteil einer Preisvertuierung zur Folge, nämlich eine außerordentliche Verbilligung der Verkaufspreise. Nur dadurch, daß der Verleger, der mit dem Reisebuchhandel arbeitet, von vornherein mit einem erheblichen Absatz rechnen kann, ist er in der Lage, den Verkaufspreis niedrig zu bemessen. Ohne die große Auflage, die der Reisebuchhandel absetzt, wäre das nicht möglich.

Das sei an einem Beispiel kurz erläutert: Nehmen wir an, ein Verleger habe die Absicht, ein Buch herauszubringen, das er mit Rücksicht auf den Absatz durch den Reisebuchhandel mit einem Verkaufspreis von 30 Mark ausstattet. Würde er auf den Vertrieb durch den Reisebuchhandel verzichten, so müßte er für dasselbe Werk mindestens den doppelten Ladenpreis, wahrscheinlich aber noch erheblich mehr, ansetzen. Beim Reisevertrieb kann ein Verleger mit einer Erstauslage von 30 000 bis 50 000 Exemplaren rechnen. Läßt er zugunsten des Sortiments den Reisevertrieb beiseite, so kämen für die erste Auflage kaum 2000 bis 3000 Exemplare in Betracht. Fraglich wäre es dann, ob das Sortiment überhaupt auch nur diese 2000 bis 3000 Exemplare — zu dem notwendigerweise erheblich erhöhten Preise! — absetzen könnte. Zahlreiche wertvolle Werke, die heute im Handel sind, würden gar nicht erscheinen können, ginge ihr Vertrieb nicht durch den Reisebuchhandel, was die Ansetzung eines wohlfeilen Preises gestattet. So manches Werk, das heute wegen seiner Billigkeit auch zu den Prototypen des Sortiments zählt, verdankt seine Herausgabe erst der Initiative führender Männer des Reisebuchhandels. Der Reisevertrieb verteuert nicht nur nicht, sondern ermöglicht überhaupt erst die Festsetzung billiger Bücherpreise, und zwar trotz des scheinbar hohen Rabatts von 60%, von dem übrigens ein Drittel der Reisende erhalten muß. Von den dem Reisebuchhändler verbleibenden 40% hat dieser nicht nur seine sonstigen gewaltigen Regiekosten — denn das Abzahlungsgehalt erfordert einen großen und genau arbeitenden Verwaltungsapparat — zu decken, er muß auch das große Risiko der Kreditgewährung an seine Kunden tragen. Dieses Risiko nimmt ihm niemand ab. Der Nutzen, den der Reisebuchhändler an seinem Unternehmen durchschnittlich erzielt, liegt prozentual unter dem des Durchschnittsortimenters. Beim Reisebuchhandel gilt der Grundsatz: Die Masse muß es bringen!

Soviel für heute. Bedauern muß man nur nochmals, daß das Börsenblatt gezwungen werden kann, solche Artikel gegen den Reisebuchhandel aufzunehmen, dessen Angehörige größtenteils ebenfalls Mitglieder des Börsenvereins sind. Einen Schaden richten derartige von keiner Sachkenntnis erfüllten Auslassungen ja nicht an, denn über Ubelwollen und Unkenntnis geht die Entwicklung unseres Standes einfach zur Tagesordnung über. Es ist aber für die sachlich besser unterrichteten Mitglieder des Börsenvereins kein erhebendes Gefühl, wenn im Börsenblatt Kollegen zu Worte kommen können, denen die elementarsten Kalkulationen nicht geläufig sind.

Berlin, 5. November 1926.

Verein der Reise- und Versandbuchhandlungen
E. V.
Namens des Vorstandes: Haas, Vorsitzender.

**„Aus Zeitungsverlagskreisen wird uns geschrieben“
oder
Meinungsverschiedenheiten!**

(Zu dem Sprechsaalartikel im Vbl. Nr. 260.)

Irgend jemand aus Zeitungsverlagskreisen sieht sich gemühtigt, den preisgekrönten Artikel des Herrn Rehne zu zerrupsen. Ich will gleich vorwegnehmen, daß ich mit vielem in dem Aufsatz des Herrn Rehne nicht übereinstimme. Aber darum handelt es sich ja nicht. Sondern der betreffende Anonymus aus Zeitungsverlagskreisen fühlt sich berufen, den genannten Aufsatz unter anderem auch »aus rein buchhändlerischen Gesichtspunkten abzulehnen«. Und nach dem, was er dafür anbringt, halte ich ihn absolut nicht für befugt.

Ich habe sehr stark den Eindruck, daß der betreffende Herr vom Buchhandel recht wenig Ahnung hat. Er stellt Sätze auf, die einen unwillkürlich lächeln machen.

Zuvor möchte ich gleich das Gegenteil von dem behaupten, was der Einsender im Anfang betont. Nämlich, daß die Reklame für das einzelne Buch, ja gerade das Zeitungsinserat für das einzelne Buch außerordentlichen Erfolg zeitigt. Das sind Behauptungen ohne