

Mit einem Wort gesagt: W. sieht die Wurzel alles Übels und die wesentliche Ursache der Krise des deutschen Buchhandels in der Bindung an die Innehaltung eines festen, für alle gleichen Ladenpreises; folgerichtig fordert er zur Beseitigung der Krise nichts anderes als die Aufhebung dieser von ihm als Kartellvorschrift bezeichneten Verpflichtung.

Der Gedanke ist nicht gerade neu. W. führt selbst einen Teil seiner Vorgänger an; ebenso weist er darauf hin, daß er sich auch für die Gegenwart im Buchhandel selbst bekanntlich auf eine Anzahl von »Freihändlern« berufen könne, die »die völlige Beseitigung des Ladenpreises« befürworten. Sieht man aber genauer zu, so will W. wenigstens durchaus nicht auf eine »völlige Beseitigung des Ladenpreises« hinaus. Völlige Beseitigung, das Wort ernst und buchstäblich genommen, würde doch heißen müssen, daß der Verleger einen Kleinhandelspreis für den Verkauf überhaupt nicht mehr festsetzen würde. Die Folgerung daraus könnte nur sein, daß er nur noch einen — sagen wir — Großhandelspreis festsetzen würde. Solche Großhandelspreise gibt es aber praktisch nur dort, wo sich die Umsätze rein zwischen Händlern abspielen oder mindestens eine deutliche Scheidung zwischen Einkauf im großen und Einzelumsatz erfolgt ist. Überall, wo der Erzeuger oder Großhändler aber bei Einzelumsatz nicht nur mit Wiederverkäufern, sondern auch mit letzten Konsumenten (Publikum) verkehrt, besteht als Brauch die Festsetzung von — sagen wir jetzt einmal — Katalogpreisen. Dazu gehört als Ergänzung die weitere Einrichtung, daß bräuchlicherweise dem Wiederverkäufer außer der üblichen Vergünstigung beim Bezug größerer Mengen auch für das einzelne Stück in irgendeiner Form ein billigerer Einkauf ermöglicht ist als dem letzten Konsumenten, jedenfalls überall dort, wo man auf die Vermittlung von Wiederverkäufern Wert legt. Das letztere ist — wenigstens bisher — die Lage des Buchhandels. Der buchhändlerische Ladenpreis gehört zu diesen (wie wir sagten) Katalogpreisen. »Völlige Beseitigung« des Ladenpreises im buchstäblichen Sinne verlangte konsequenterweise doch wohl den Verzicht auf jeglichen direkten Verkehr des Verlags mit dem Publikum. Das kann höchstens für belletristischen Verlag in Frage kommen, in dessen Reihen sich inselgedessen denn auch allenthalben Befürworter dieser Konsequenz finden. Im allgemeinen wird diese jedoch abgelehnt. Hier braucht man mithin eben den Katalogpreis mit seinen Begleitererscheinungen. Und auch W. tritt deshalb für die Festsetzung und Beibehaltung eines »unverbindlichen Richtpreises«, wie er sagt, ein. Er weist dabei mit Recht darauf hin, daß ein solcher schon für die Bibliographie und die Verlagspropaganda unentbehrlich sei. In welchem Umfang das zutrifft und ob nicht vielleicht noch ganz andere Ursachen mitsprechen, mag hier zunächst unerörtert bleiben. Vorläufig genüge die Feststellung, daß tatsächlich an eine »völlige Beseitigung des Ladenpreises« nicht gedacht ist. Im Grunde handelt es sich nur um ein Spiel mit Worten: Der Ladenpreis soll nur fortan »unverbindlicher Richtpreis« heißen.

Worauf das Ganze dabei hinauskommen soll, umschreibt W. folgendermaßen (S. 102 ff.): Der Verleger soll einen »Nettopreis labilen Charakters« festsetzen, und zwar nach den »auch im übrigen freien Handel geltenden Gesichtspunkten«, d. h. also wohl nach den Grundlagen seiner Selbstkostentalkulation. Zu diesem Nettopreis liefert der Verleger an Händler. »Labil« heißt er wohl deswegen (wenn ich recht verstehe und dahinter nichts anderes zu vermuten ist), weil der Sortimentler davon »je nach der Höhe der innerhalb einer bestimmten Frist erzielten Umsätze gestaffelte Prämien« erhalten soll, ferner »die im Handel allgemein üblichen Sconti bei Barzahlung«, welche beide »so reichlich zu bemessen wären, daß er (der Sortimentler) darin seinen eigentlichen Verdienst suchen könnte«. Den »unverbindlichen Richtpreis« aber, zunächst für Bibliographie und Verlagspropaganda, ermittelt der Verleger so, daß er »alle Unkosten, die dem Verlag aus einem direkten Verkauf an das Publikum im Höchstenfall entstehen könnten«, auf den Nettopreis aufschlägt. An sich ist das System durchaus diskutabel. Auch dieser Gedanke ist ja im übrigen nicht absolut neu. Man wird sich vielmehr erinnern, daß seinerzeit in den Auseinandersetzungen um die Abschaffung

des Teuerungszuschlages schon ganz ähnliche Vorschläge gemacht worden sind. Denn praktisch läuft das hier angenommene Verfahren auf nichts anderes hinaus als auf eine generelle Herabsetzung der Grundrabatte, eben auf die Höhe der »für den Verlag beim direkten Verkauf an das Publikum« erwachsenden besonderen Vertriebskosten, wozu gestaffelte Umsatzprovisionen und gewisse, vermutlich ebenfalls noch abstufbare Rechnungsabzüge kämen. Das Berechnen der letzteren in verschiedenen Sätzen nach den Nettopreisen wäre vielleicht etwas umständlicher als das jetzige in einem Satz vom Ladenpreis. Schließlich brauchte das aber kein absolutes Hemmnis zu sein. Im Grunde bliebe ja doch alles ungefähr wie bisher. Sofern die Umsatzprovision nicht nach dem einzelnen Werk, sondern nach der jeweiligen Verlagsgesamtfaktur des einzelnen Sortimenters berechnet würde, wäre das neue Verfahren höchstens geeignet, mehr in der Richtung auf Herausbildung engerer Arbeitsgemeinschaften zwischen einzelnen Verlegern und Sortimentern zu wirken. Sehr wesentlich vom buchhändlerischen Standpunkt aus aber ist natürlich die Höhe der einzelnen Sätze. W. äußert sich darüber nicht ganz klar. Er will die Lösung der Praxis überlassen. Wenn er andeutungsweise von 15 Prozent spricht, weil bei diesem Bruttonutzen in den 80er Jahren in den Versandgeschäften vor der Krönischen Reform so ansehnliche Überschüsse erzielt worden wären, wie sie heute im Sortimentsbuchhandel jedenfalls sehr selten geworden seien, so täuscht er sich wohl über die tatsächlichen Möglichkeiten. Schwerlich wird sich ein Verlag für die Abdeckung seiner Unkosten beim direkten Verkauf an das Publikum heute mit dieser Spanne zwischen Netto- und Richtpreis begnügen können. Außerdem aber ist doch zu bedenken, daß die Rabattbemessung heute eine der wesentlichsten Waffen der Verleger im Kampf untereinander um die Interessierung der Wiederverkäufer für ihre Erzeugnisse ist. Wird der Verlag, der die Wiederverkäufer wirklich braucht, auf dieses Konkurrenzmittel verzichten können? Würde sich unter diesen Umständen denn nicht einfach bei der Ausgestaltung der Umsatzprovisionen und Rechnungsabzüge wiederholen, was sich heute in der Rabattgestaltung im ganzen auswirkt? Vermutlich würde also in großem Umfang die von W. vorgeschlagene andersartige Berechnungsmethode der Vergütung für den Wiederverkäufer im tiefsten Grunde nicht viel ändern.

Schließlich liegt aber der Kern des ganzen Problems an ganz anderer Stelle. W. nennt nicht umsonst seinen neuen Ladenpreis »unverbindlichen« Richtpreis. Nicht die Reorganisation der Wiederverkäufervergütungsberechnung ist ihm die Hauptsache, sondern die Beseitigung der auf den Schutz des Ladenpreises gerichteten Kartellbindung. Er könnte also auf die Umgestaltungsvorschläge für die Bezugsbedingungen vollkommen verzichten. Auch bei der heutigen Form derselben bleibt die Haupt- und alleinige Kernfrage eben die Verbindlichkeit des festgesetzten Preises. Auch hier aber drückt sich W. überaus unbestimmt aus. Er läßt zunächst schon ganz offen, ob der Verleger für seine direkten Verkäufe an das Publikum seinen Richtpreis als »festen« Preis behandeln will und soll oder ob dieser auch für ihn als genau so »unverbindlich« zu gelten hätte wie für das Sortiment. Es wird einleuchten, daß dies bereits die entscheidende Frage ist. Da W. aber alles Heil ja davon erwartet, daß völlige Freiheit der Preisbildung erreicht wird, so ist nicht einzusehen, weshalb der Verleger beim Einzelverkauf an letzte Konsumenten schlechter gestellt werden sollte als jeder Sortimentler. Man könnte, wenn alle andern volle Freiheit haben, von ihm nicht verlangen, daß er sich unbedingt an einen einmal genannten Preis zu halten hätte. Das aber heißt natürlich, daß der Ladenpreis alias Katalogpreis alias unverbindlicher Richtpreis zur absoluten Fiktion würde, daß er zwar in der Bibliographie stehen, aber im Handel nirgends eine praktische Rolle spielen würde. Auch für die Berechnung des Autorenhonorars könnte ein solcher rein fiktiver Preis wohl schwerlich auf die Dauer Ausgangspunkt bleiben.

Wenn man alles das will, so muß man natürlich auch die Konsequenzen wollen. W. glaubt sagen zu können, wie sich eine solche »Reform«, besser gesagt wohl Revolution, auswirken würde,