

Diese Behauptung könnte nur richtig sein, wenn die Praxis bestätigen würde, 1. daß es kein Sortiment gibt, das seinen Kundenkreis auf die Dauer erheblich zu vergrößern vermag, oder 2. daß jedes Sortiment, das seinen Kundenkreis zu vergrößern vermag, dies nur durch Anwendung unerlaubter Mittel erreicht. Gegen das erste spricht alle Erfahrung. Es gibt durchaus Sortimenter genug, die ihren Kundenkreis sehr wohl auf die Dauer erheblich zu vergrößern verstanden haben. Ein Blick in die Jubiläumsberichte des Börsenblattes bestätigt hundertfach, wieviele Buchhandlungen sich aus kleinen und kleinsten Anfängen zu achtunggebietender Höhe emporgearbeitet haben. Soll nun aber vielleicht wirklich behauptet werden, dies wäre ihnen allen nur durch Anwendung »vom Kartell nicht erlaubter Mittel« gelungen? Vor ernster Nachprüfung hält also auch die zweite Alternative nicht stand. Zum mindesten gibt es in der Tat ein »erlaubtes« Mittel, das zum Ziel zu führen vermag und das auch im deutschen Buchhandel von jeher entsprechend eingeschätzt worden ist: persönliche Tüchtigkeit. Aber näheres Zusehen zeigt auch, daß die Wettbewerbsfähigkeit selbst durch die buchhändlerischen Ordnungen keineswegs so völlig eingeschränkt ist, wie es der obige Satz behaupten möchte. Schon die Paragraphen 12 und 14 der Verkaufsordnung bieten Möglichkeiten genug. Fraglich ist nur, ob das Sortiment davon bisher nicht zu wenig Gebrauch gemacht hat. Es gibt somit aber eben sehr wohl »vom Kartell erlaubte Mittel«, die das Sortiment anwenden kann, um eine Vergrößerung seines Kundenkreises anzustreben. Daher denn auch die von der Praxis in so vielen Fällen bestätigten Erfolge (siehe oben). Bleibt aber wirklich bei einem andern Teil aller Fälle der Erfolg aus, so ist das doch noch kein Beweis dafür, daß das erfolglos angewandte oder vielleicht gar nicht versuchte Mittel überhaupt nicht vorhanden noch erlaubt wäre. Ob im übrigen »Erweiterung des Kundenkreises« überhaupt in allen Fällen und unter allen Umständen erstrebenswert ist, darauf will ich gar nicht weiter eingehen. »Erweiterung des Kundenkreises« ist noch lange nicht immer und überall gleichbedeutend mit »Erhöhung der Wirtschaftlichkeit und der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit«.

Das zweite Zitat lautete:

... findet man, daß nur sehr wenige der jeweils erfolgreichsten Bücher älter als ein Jahr sind und daß fast alle Sortimente die gleichen Werke fördern. (S. 43.)

Die Behauptung stützt sich bei Winterhoff auf die Berichte über das Weihnachtsgeschäft, die im Börsenblatt und anderswo erscheinen. Sie ist also mit entsprechender Einschränkung zu lesen. Daß jene Berichte in erster Linie nur Neuerscheinungen des Jahres nennen und in weitem Umfang übereinstimmen, liegt in der Natur der Sache. Sie wollen ja gar nicht eine lückenlose Statistik des Weihnachtsumsatzes geben, sondern lediglich belegen, welche Novitäten wirklich eingeschlagen haben. Bei der Einheitlichkeit des Buchmarktes, der im modernen Deutschland nun einmal ein zwangsläufiges Ergebnis der soziologischen Entwicklung ist, müssen sich auch notwendigerweise dieselben Titel immer wiederholen, zumal die berichtenden Sortimente zum größten Teil zum selben Typ gehören. Es wäre also beinahe wunderbar, wenn in jenen Berichten keine solche Einseitigkeit und Übereinstimmung obwaltete. Was aber bedeutet das für den gesamten Buchvertrieb? Darf man »Weihnachtsgeschäftsberichte« derartig verallgemeinern? Dieses Zitat ist meines Erachtens ein typisches Beispiel dafür, welche Mängel ganz allgemein der Quellenwertung Winterhoffs anhaften. Gerade das Börsenblatt will mit höchster kritischer Besonnenheit benutzt werden, wenn man seinen Inhalt für wissenschaftliche Feststellungen zugrunde legen will. Man beachte, wie wesentlich sich Sinn und Wert der obigen Behauptung verändern, wenn man in den zitierten Satz, wie es der wahre Sachverhalt unbedingt verlangte, zwischen »jeweils« und »erfolgreichsten« auch nur die zwei Worte »im Weihnachtsgeschäft« einschleibt. Und wenn nun schon der Satz auch ganz allgemein richtig wäre, was könnte der Buchhandel dafür? Dieselbe Feststellung gilt mutatis mutandis doch auch für Zigaretten, für das Theater, für Kosmetika, für alle Modeartikel und vieles andere. Die Uniformierung des Konsums ist

eine allgemeine Zeiterscheinung, aber keine Besonderheit allein des Buchhandels. Die Organisation des Buchhandels wirkt ihr mehr entgegen, als daß sie sie erst und allein hervorriefe.

Der dritte Satz:

Das Prinzip der künstlichen Erhaltung (schwacher Sortimentbuchhandlungen) aber führt im allgemeinen zur Mittelmäßigkeit. (S. 47.)

ist richtig. Aber fraglich ist, ob dieses »Prinzip« wirklich praktisch obwaltet. Wer will wirklich im Ernst »schwache Sortimentsbetriebe künstlich erhalten«? Das »Kartell« hat doch darauf nicht den geringsten Einfluß. Sobald der völlig selbstherrliche Verlag wirklich »schwachen« Sortimenten nicht mehr liefert, dann hilft keine »künstliche Erhaltung« durch Ladenpreisschutz mehr. Daran aber, daß gute Kunden ihm nicht durch unlauteren Wettbewerb anderer willkürlich zahlungsunfähig gemacht werden und als Vertriebsstätten verloren gehen, daran hat gerade der Verlag größtes Interesse, dafür fühlt er sich auch seinen Autoren gegenüber verantwortlich und deshalb gerade hat ja der Verleger Adolf Kröner den Ladenpreisschutzgedanken zum Siege zu führen unternommen, wohlverstanden, jedoch nicht um schwache Sortimentbetriebe künstlich, sondern um die unentbehrlichen leistungsfähig zu erhalten. Hat nun die erreichte Ordnung wirklich die Folge, daß sie zur Mittelmäßigkeit führt, so ist dagegen selbstverständlich anzugehen. Vorher aber wäre doch wohl zu prüfen, ob Abhilfe nur durch Aufhebung der Ordnung zu erreichen wäre oder ob nicht innerhalb der Ordnung Gegenmittel blieben.

Der vierte Satz:

Der Versuch (Differenzierung der Rabatte je nach Umsatz) ist denn auch in der Praxis daran gescheitert, daß ... das Sortiment den vereinbarten Mindestumsatz ... nicht annähernd erreicht. (S. 49.)

bezieht sich bei Winterhoff nur auf die bekannten Abkommen im wissenschaftlichen Buchhandel. Das wird schon deutlich, wenn man den betreffenden Satz ungekürzt liest, wo er lautet: »Der Versuch ist denn auch in der Praxis daran gescheitert, daß in sehr vielen Fällen die Abkommen von seiten der Verleger wieder gekündigt wurden, weil das Sortiment den vereinbarten Mindestumsatz, der für beide Teile zu erhöhten Rabatten lohnend gewesen wäre, nicht annähernd erreichte.« Aus dem ganzen Abschnitt bei Winterhoff geht weiter hervor, daß ein gewisser Mindestabsatz Bedingung war nur für die Überlassung von Konditionsgut, nicht aber generell für die Rabattdifferenzierung im Verhältnis zum Umsatz. Danach hat natürlich der obige Satz nur ganz beschränkte Bedeutung und berechtigt nicht zu verallgemeinernden Schlussfolgerungen für den Buchvertrieb insgesamt. Die im Partiofreizemplar liegende Differenzierung des Rabatts nach dem Umsatz gilt aber noch immer als bewährt.

Der fünfte Satz:

Ein Verlag ohne Neuerscheinungen stirbt schnell ab, er ist infolge der kartellbedingten Struktur des Sortiments zur steten Neuproduktion gezwungen. (S. 57.)

ist, sofern man die Begründung »infolge der kartellbedingten Struktur des Sortiments« zunächst einmal herausnimmt, eine Selbstverständlichkeit. Auf die Begründung aber kommt alles an. Ist sie bewiesen? Ist nicht der Verlag ganz genau so zu steter Neuproduktion gezwungen, auch wenn es ein kartelliertes Sortiment überhaupt nicht gäbe? Ein Blick ins Ausland, wo eine Kartellierung im deutschen Sinne nicht besteht: braucht dort der Verlag vielleicht nicht auf ständige Neuproduktion bedacht zu sein, wenn er nicht absterben will? Erwächst nicht der Zwang zur ständigen Neuproduktion, der im übrigen als ganz natürliche Folge der Betriebskontinuität eine ganz allgemeine und keineswegs auf den Buchhandel beschränkte oder ihm allein eigene Wirtschaftsercheinung ist, einfach aus der Tatsache des sich ständig neu gebärenden geistigen Lebens? Je vielfältiger das geistige Leben einer Nation, desto reicher notwendigerweise auch ihre laufende Buchneuproduktion. Je rascher das Tempo des geistigen Lebens, desto hastiger und wechselnder auch die literarische Produktion, zumal sobald die technische Leistungsfähigkeit die entsprechende Möglichkeit schafft und das kapitalistische Wirtschaftssystem den