

## Redaktioneller Teil

### Bekanntmachung.

Der Zodiakus-Verlag (Fritz Lenz), Freiburg-Baden, zeigt im Börsenblatt Nr. 66 vom 17. März d. J. Seite 2585 das Werk »Ein Blick in die Zukunft 1928« mit 2.50 Mark ordinär, 1.— Mark netto an. Trotz des Hinweises auf die Bekanntmachung im Börsenblatt Nr. 254 vom 29. Oktober v. J. hat der Zodiakus-Verlag Änderung oder Rücknahme des Insetrates abgelehnt.

Wir erklären hiermit, daß der Ladenpreis des genannten Werkes gemäß § 4 b Ziffer 3 der Buchhändlerischen Verkehrsordnung nicht mehr geschützt wird.

Leipzig, den 2. April 1928.

Der Vorstand des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig.

Mag Röder, Erster Vorsteher.

### Der Verein der Buchhändler zu Leipzig.

Auf Grund der in der Hauptversammlung vom 21. März 1928 vorgenommenen Neuwahl des Vorstandes und nach erfolgter Verteilung der Ämter besteht der Vorstand des Vereins für das Jahr 1928 aus den Herren:

Vorsteher: Dr. jur. Hellmuth von Gase,  
Vertreter: Bruno Hauff,  
Schriftführer: Johannes Cyriacus,  
Vertreter: Dr. med. Wilhelm Burlage,  
Schatzmeister: Dr. Hanns Sell,  
Vertreter: Eiert Seemann,  
Beisitzer: Wilhelm Ehrenberg,  
Beisitzer: Alexander Liebisch,  
Beisitzer: Eduard Mannhart.

Leipzig, den 4. April 1928.

Justizrat Dr. Anschütz,  
Rechtsanwalt des Vereins.

### Verband der Kreis- und Ortsvereine im Deutschen Buchhandel.

#### Jahresbericht über das Geschäftsjahr 1927/28.

Von den Prophezeiungen, die eine gegen das Vorjahr verbesserte Wirtschaftslage für dieses vergangene Jahr in Aussicht stellten, sind für den Buchhandel jedenfalls keine eingetroffen. Eher haben die von vielen Seiten geäußerten pessimistischen Ansichten Recht behalten. Es zeigt sich dies in der immer stärker in Erscheinung tretenden Inanspruchnahme längeren Kredites seitens des Sortimentes einerseits und in der unpünktlichen Zahlweise, der Zunahme von Verlusten durch absolute Zahlungsunfähigkeit und Vergleichsangebote andererseits, die besonders den Verlag als Lieferanten schädigen. Infolgedessen bildet das Mahnwesen im Verlage eine ständig steigende, mit erheblichen Unkosten verknüpfte Arbeitsbelastung, die um so unerfreulicher ist, als eine große Anzahl der Schuldner es überhaupt nicht für nötig hält, zu antworten und erst

dann sich zu regen beginnt, wenn nach mehrmaligem vergeblichem Annahmen schließlich zum letzten Mittel gegriffen wird, sich des Rechtsanwalts zu bedienen. Bei manchen hilft sogar nicht einmal die bloße Mahnung durch den Anwalt, sondern erst die Klage. Wenn der Betreffende dann die doppelten Kosten zu tragen hat, ist er natürlich ebenso verärgert wie der Gläubiger, der vergeblich mahnen muß. Diese Unzuverlässigkeit in bezug auf Einhaltung vereinbarter Zahlungstermine sowie die Gleichgültigkeit gegenüber Mahnungen trägt natürlich nicht dazu bei, das Verhältnis zwischen Verlag und Sortiment angenehmer zu gestalten und bedeutet vor allen Dingen einen Leerlauf an Arbeitskraft und vermehrte Unkosten. Der Verlag, der auch auf Eingang seiner Außenstände angewiesen ist und bei Nichteingang zeitweise teure Bankkredite für seine Produktion in Anspruch nehmen muß, wird von vielen Sortimentern als Bankier angesehen, der ohne Zinsen pumpt, wozu dieser natürlich gar nicht in der Lage ist. Er muß vielmehr das Kreditgeben einschränken, da er nur zeitweilig mit flüssigen Betriebsmitteln rechnen kann, wodurch schließlich auch die pünktlichen Zahler benachteiligt werden. Diese verstärkte Inanspruchnahme des Kredites hat natürlich seine Ursache in der vermehrten Inanspruchnahme des Kredites seitens des Publikums.

Auf der anderen Seite kommt es immer noch vor, daß Firmen des Verlags direkte Angebote an Behörden und Publikum machen und dabei oft die von ihnen selbst festgesetzten Verkaufspreise unterbieten, vielfach sogar noch vor dem Angebot des Werkes an den Sortimentersbuchhandel. In letzter Zeit mehrten sich auch die direkt versandten bzw. als Zeitungsbeilagen verbreiteten Rundschreiben des Verlags, die im Bestellzettel ihre eigne Firma als Bezugsquelle angeben, anstatt den Platz für Einsetzung einer Sortimentersfirma frei zu lassen. Das Gildeblatt hat schon in der Februar-Nummer mehrere Firmen namhaft gemacht und auch das Börsenblatt hat wiederholt darauf hingewiesen, welche Fälle wir noch durch mehrere Beispiele ergänzen können. Es muß diese Art der Propaganda als durchaus unkollegial bezeichnet werden, zumal Firmen darunter sind, die wirklich keine Ursache haben, sich über ungenügende Verwendung des Sortimentes zu beklagen. Ein Schulbuchverlag ladet sogar zum direkten Bezug seiner Schulbücher in Sammelbestellungen zu ermäßigtem Preise ein.

Eine große Kurzsichtigkeit der Arbeitsgemeinschaft wissenschaftlicher Verleger war es, bei der jetzigen ungünstigen Wirtschaftslage Rabattverkürzungen vorzunehmen. Bei der Flut von Neuerscheinungen ist der Sortimenter gar nicht in der Lage, sich für alles zu verwenden. Häufig sind auch alle Bemühungen um Absatz vergeblich, weil der Nutzen seiner Propaganda einem anderen Kollegen in den Schoß fällt, mindestens aber dem Verleger indirekt Nutzen bringt. Erhält er nun aber nur von dem Verleger ausreichenden Rabatt, für den er guten Absatz erzielt, so drückt der unzureichende Rabatt der übrigen Umsätze seinen Gesamtverdienst so herab, daß er aus finanziellen Gründen genötigt sein wird, seine Propaganda weiter einzuschränken, wodurch die Verleger mehr Schaden haben, als sie aus der Beschneidung des Rabatts einzelner Firmen Nutzen ziehen. Es ergibt sich hieraus, daß das Prinzip der Herabdrückung des Rabatts unter einen Satz, der kaum die Spesen deckt und keinen Nutzen übrig läßt, ein falsches ist.