

sehr nachteilig aus. Bemerkenswert ist, daß trotzdem noch das Wagnis unternommen wird, auch die Herausgabe umfangreicherer wissenschaftlicher Werke in Angriff zu nehmen. Dabei glauben einzelne Verleger, das Risiko durch Werbemaßnahmen und durch unmittelbaren Vertrieb vermindern und den Absatz beschleunigen zu können. Weiteren Anstoß erfährt diese Bewegung aus dem Umstand, daß auch auf wissenschaftlichem Gebiete mehr als früher rasches Veralten eintritt und damit die Gefahr der Entwertung der Lagerware droht. Auch die wissenschaftliche Forschung hat ein schnelleres Tempo angenommen, welchem der Verlag zu folgen gezwungen ist. Die bei dieser Entwicklung zu beobachtende Tendenz der Vorzugspreise findet nicht nur im Sortiment, sondern auch im Verlag selbst schärfsten Widerspruch. Man ist sich klar darüber, daß sich eine Verallgemeinerung nur nachteilig auswirken kann, da die Verleger gezwungen werden, sich gegenseitig zu unterbieten. Deshalb gilt die Sorge auch im wissenschaftlichen Verlag selbst der Eindämmung dieser bedenklichen Entwicklung.

Auf dem Gebiete des schönggeistigen und populärwissenschaftlichen Verlags verzeichnet die Statistik für 1927 eine erhebliche Zunahme der Neuerscheinungen. Veranlassung dafür ist die bereits besprochene Geschmackswandlung, die das belletristische Buch zum Modeartikel gestempelt hat. Was heute gilt, ist morgen schon veraltet. Daneben steht die Flut der billigen Serien, die vielfach den vom herstellenden Gewerbe ausgehenden Krediten ihr Dasein verdanken. Dabei sind die Preise trotz Steigerung der Herstellungskosten kaum höher geworden. Ihre Festsetzung wird vielfach dadurch beeinflusst, daß möglichst hohe Auflagen herausgebracht werden. Was nicht in den ersten Monaten nach dem Erscheinen abgesetzt werden kann, sucht dann Verwertung zu weit herabgesetzten Preisen über die Großausläufer im Zwischenhandel. Stark eingebürgert hat sich auch die Methode, Werke, die noch nicht honorarfrei sind, in billigen Serien herzustellen, ein Verfahren, das in England schon längst bekannt ist. Nur daß in Deutschland nicht der Originalverleger selbst die billigen Ausgaben veranstaltet, sondern das Recht hierzu an andere Verleger verkauft. Der Markt ist mit billigen Ausgaben geradezu überschwemmt, sodaß auf diesem Gebiete vom teuren Buch nicht mehr geredet werden kann. Das schnelle Tempo des Veraltens bereitet in gleicher Weise auch im Sortiment Schwierigkeiten. Es wirkt sich zwangsläufig in einer Erhöhung der Spesenlast aus. Ganz besonders wird diese aber gesteigert durch die immer stärker werdende Inanspruchnahme von Kredit durch das Publikum, die das Sortiment nicht einfach auf den Verlag abwälzen kann. So wird denn auch schon die Frage aufgeworfen, ob es nicht notwendig wäre, rechtzeitig an Einwirkungsmöglichkeiten seitens der Organisation zu denken.

Das Sortiment hat wieder gelernt, im Einkauf mit Bedacht vorzugehen. Insofern hat sich der Mangel an Betriebskapital als guter Lehrmeister erwiesen. Ob es zweckmäßig war, das Auffuchen durch Reisende abzulehnen, wie es in einzelnen Fällen geschehen ist, wird verschieden beurteilt.

Im Schulbüchergeschäft besteht noch immer große Unsicherheit; sie dürfte sich vor endgültiger Durchführung der Schulreform auch kaum beheben lassen. Das mit dem Absatz verbundene Risiko hat es bisher immer noch verhindert, daß sich das Sortiment in gleicher Weise wie früher für das Schulbüchergeschäft einsetzt.

Im Bahnhofsbuchhandel und Reise- und Versandbuchhandel wird besonders über Spesenzunahme geklagt. Der Umsatz dürfte sich etwa auf gleicher Höhe wie im Vorjahr gehalten haben; im Versandbuchhandel ist sogar ein Anziehen des Geschäfts beim Absatz umfangreicher populärwissenschaftlicher Werke auf industriellem und technischem Gebiete zu verzeichnen. Außerordentlich gestiegen ist aber die Verlustgefahr infolge Uneinbringlichkeit der im Abzahlungsgeschäft kreditierten Summen.

Als wenig befriedigend wird die Lage im Antiquariatbuchhandel angesehen, da neben der hohen Spesenlast sich hier vor allen Dingen der Mangel an Betriebskapital

bemerkbar macht. Dem beträchtlichen Angebot wurde der Absatz nicht gerecht; das gilt insbesondere auch für das Infunabelgeschäft und für Stücke zweiter Qualität im bibliophilen Antiquariat.

Im Zeitschriftenverlag herrscht ein außerordentlich stark zunehmender Wettbewerb, der die konkurrierenden Firmen zu sich gegenseitig überbietenden Leistungen zwingt. Das gilt namentlich auf dem Gebiete der Versicherungsblätter, die durch immer weiter greifende Versicherungsleistungen neue Kunden zu gewinnen suchen. Das Sortiment zeigt wieder mehr Interesse am Vertrieb dieser Warengattung. So wird beim Umsatz über Stuttgart eine Zunahme von 40—50 Prozent gemeldet.

Für die Jugendschriften spielt der Weihnachtsabsatz die ausschlaggebende Rolle. Er hat, abgesehen von Spitzenleistungen einzelner Werke, keine erhebliche Steigerung erfahren. Auch auf diesem Verlagsgebiete tritt das Verlangen nach Neuheiten immer stärker hervor, sodaß sich Verleger und Sortimenter zur Abstoßung älterer Bestände zwecks Entlastung des Lagerbestandes veranlaßt sahen.

Im Landkartenverlag verlief das Jahr 1927 befriedigend, abgesehen vom Absatz der Automobilkarten, bei denen sich eine übergroße Konkurrenz nachteilig auswirkt. Dagegen war die Nachfrage nach Büro- und Organisationskarten gut, ein Zeichen für die Durchführung moderner Organisationsformen auch in kleineren Betrieben.

Im Lehrmittelgeschäft wird insofern eine Besserung festgestellt, als die zur Verfügung stehenden öffentlichen Mittel voll zur Verwendung gekommen sind. Eine weitere Besserung wird erhofft, wenn nach Durchführung der zahlreichen Schulneubauten weitere Mittel frei werden. Auch das Auslandgeschäft, das für Lehrmittel eine besonders wichtige Rolle spielt, ist besser geworden; unbedingt vermieden werden müssen weitere Preissteigerungen, da sonst die deutschen Erzeugnisse trotz ihrer besseren Qualität konkurrenzunfähig werden. Geklagt wird über das mangelnde Interesse im Sortiment für den Vertrieb von Lehrmitteln. Manche Orte und Gegenden können überhaupt nur im Wege des Versands beliefert werden, da der eingeseffene Buchhandel keine Lehrmittel führt.

Der Musikverlag erfreut sich bei nachlassendem Schlagergeschäft einer Neubelebung der ernsten Musik. Über Absatznot und Geldknappheit wird aber außerordentlich geklagt. Auch macht sich gerade im Musikverlag das schnelle Veralten im höchsten Maße bemerkbar. Dazu kommt das Bestreben vieler Dirigenten und Konzert-Gesellschaften, nach Möglichkeit Ur- oder Erst-Aufführungen zu bringen, weil führende Kritiker, namentlich in großen Städten mit vielseitigen Veranstaltungen, nur noch über Neuigkeiten berichten, und die Dirigenten oder Vereine sonst nicht genügend Beachtung in der Presse finden. Man erhofft eine finanzielle Besserung durch verstärkte Ausnutzung der Aufführungsrechte in der Schallplattenindustrie und im Rundfunk. Grammophon und Radio sind schwerwiegende Konkurrenten; sie entvölkern nicht nur die Konzertsäle, sondern wirken sich auch immer mehr nachteilig für die Ausübung der Hausmusik aus. Gegen diese Entwicklung angehen zu wollen, dürfte aussichtslos sein. Sie sich dienstbar zu machen, wird für den Musikverlag um so wichtiger sein, als er hoffen kann, dadurch Mittel zur Pflege ernster Musik zu erlangen.

Im Musiksortiment klagen vor allen Dingen die Provinzfirmitäten über schlechten Geschäftsgang. Die Zeit gewinnbringender Umsätze in Schlagermusik scheint vorbei zu sein; auch der Vertrieb von Schallplatten steht nicht mehr auf gleicher Höhe; er wird beeinträchtigt durch den immer mehr an Verbreitung gewinnenden Rundfunk. Für den Musiksortimenter dürfte es ganz besonders wichtig sein, die Geschmackswandlung zu beobachten und sich auf sie einzustellen. So wird er das wiedererwachende Interesse an guter Musik zu berücksichtigen haben. Er wird anstreben müssen, geistiger Mittelpunkt musikliebender Kreise zu werden, denen er beratend zur Seite steht und die er dadurch zu dauernden Kunden erwirbt.