

Der § 12 der Verkaufsordnung und der Mengenpreis.

Von Georg Schmidt, Hannover.

Nach allem, was bisher schon über die Verhandlungen zur Ostermesse verlautet, werden der § 12 der Verkaufsordnung und der Mengenpreis wohl die Hauptpunkte sein, über die Kantate verhandelt werden wird, weil in diesen zwei wichtigen Dingen die Ansichten von Verlag und Sortiment noch weit auseinandergehen. Und wenn auch sicher die Vorschläge von seiten der Fachauschüsse, die aus den tüchtigsten Männern unseres Standes gewählt sind, größter Beachtung wert sind, so darf sich doch jedes selbständig denkende Mitglied des Börsenvereins nicht die einzige Gelegenheit entgehen lassen, auch seine eventuell abweichende Meinung zur Geltung zu bringen. Wir haben es ja bei der letzten Kantate-Versammlung gesehen, daß die langen Vorberatungen aller Ausschüsse schließlich in die Brüche gegangen wären, wenn nicht in letzter Stunde der Vorschlag eines Einzelnen, in diesem Falle allerdings unseres verehrten Vorstehers Max Röder, nicht noch die Situation gerettet hätte. Warum soll nicht auch eine Einzelstimme aus dem Plenum einen Vorschlag machen können, der von den Beschlüssen der Fachauschüsse abweicht und doch den Beifall der Mehrheit findet?

Wenn ich mir nun heute gestatte, einen abweichenden Vorschlag zu machen, so will ich damit keineswegs behaupten, das Ei des Kolumbus entdeckt zu haben, sondern ich möchte ihn nur zur Diskussion stellen, weil er nach meiner Ansicht dazu dienen könnte, das Grundübel auf die einfachste Weise abzustellen.

Ich schlage vor, im Punkt 1 § 12 der Verkaufsordnung: Verlegern ist es in Ausnahmefällen gestattet, größere Partien eines Werkes ihres Verlages an Behörden, Institute, Gesellschaften und dergl. zu besonders ermäßigten Preisen entweder selbst oder durch Vermittelung einer Sortimentsbuchhandlung zu liefern, die Worte »entweder selbst oder« zu streichen und am Schlusse hinzuzufügen: »Eine Verkürzung des Sortimenterrabattes (unter Berücksichtigung der Freie Exemplare) darf dadurch nicht verursacht werden. Ist dem betreffenden Verlag eine eigene Sortiments- oder Versand-Abteilung angegliedert, so darf die Expedition zu Vorzugspreisen nicht durch diese Abteilungen erfolgen. Ausgenommen sind Abzweigungen der Auflage in Höhe von mindestens 1000 Exemplaren gleich beim Erscheinen. Ausgenommen sind ferner auch Schulbücher und Zeitschriften.«

Das Grundübel besteht doch darin, daß das Sortiment durch Unterbietung seitens eines Teils des Verlages sowohl pekuniär als auch in seinem Ansehen geschädigt wird. Wenn nun die Lieferung in jedem Falle eines Vorzugsangebots durch einen fremden Sortimenter erfolgt, so wird das Sortiment nicht mehr unterboten und es entfallen damit auch eigentlich alle die schwierigen Festsetzungen von gestaffelten Mengenpreisen, die nun von jedem Sortimenten beim Verlag beantragt werden können, wenn der Verlag nicht schon von vornherein solche festgesetzt hat. Ja vielleicht können dann die Bestimmungen unter 2 a—i auch noch entsprechend gekürzt werden.

Die den Charakter des unlauteren Wettbewerbs tragenden direkten Unterbietungen des Verlages werden dadurch aus der Welt geschafft, ohne daß es dem Verlag verwehrt wird, durch billigere Partieprieße zum Kauf anzureizen. Er muß nur auf solche pekuniären Vorteile verzichten, die ihm durch Ausschaltung des Sortimentes zufallen, aber jeder reelle Verleger wird einsehen, daß solche Vorteile immer unsittlich sind, wenn man auf der anderen Seite vom Sortiment erwartet, daß es sich für den betreffenden Verlag verwenden soll. Wer wirklich auf Ruhe und Frieden im Buchhandel Wert legt, der wird meinen Vorschlag annehmbar finden.

Die am Schlusse angegebene Ausnahme beim Erscheinen des Werkes muß vorgeesehen werden, weil zuweilen die feste Übernahme eines größeren Teils der Auflage durch einen Verein oder Institut erst das Erscheinen des Werkes ermöglicht. Spätere Abzweigungen dagegen würden ebenfalls unter die an-

deren Bestimmungen über Preisermäßigung fallen, wie andererseits z. B. Subskriptionspreise besonderen Bestimmungen unterliegen.

Die Hauptwiderstände gegen die Mengenpreise von seiten des Sortimentes sind darin zu suchen, daß man befürchten muß, daß einzelne Großstadtfortimente durch möglichst schon vor Erscheinen eines Buches einsetzende Agitation die ganzen Mengenbezüge an sich reißen werden. Es werden auch wahrscheinlich sich im Publikum Vereinigungen bilden, die bestimmte Novitäten in Mengen beziehen, wenn für die Mengenpreise ausdrücklich eine allgemeine Propaganda einsetzt und der Leidtragende ist in erster Linie der kleine Sortimenter, dem die Mittel zu derartiger Propaganda nicht so zur Verfügung stehen.

Wenn auch das Gildeblatt solche Befürchtungen für abwegig hält, so dürfte doch ein großer Teil des Sortimentes anderer Ansicht sein, wie die verschiedenen Kundgebungen im Börsenblatt gezeigt haben. Am besten wäre es schon, wenn der Teil des Verlages, der Wert auf Vorzugspreise legt, von sich aus solche Partieprieße von vornherein festlegt, die Lieferung aber durch das Sortiment in allen Fällen gehen läßt, dann kann jeder Sortimenter danach seine Angebote einrichten. Wenn eine Einigung zustande kommen soll, so müssen unbedingt Zugeständnisse von Verlagsseite gemacht werden. Nur so ist eine Beseitigung der bestehenden Mißstände möglich, die das Ansehen des Buchhandels schädigen und den festen Ladenpreis schließlich zu Falle bringen.

Zum Tag des Buches.

Ein Beitrag von Albin Kettelbusch-Stuttgart.

Ein Tag des Buches ist wohl in erster Linie ein Festtag des Buches, oder besser ein Festtag für den Bücherfreund. Denn die Würdigung des Buches und seiner kulturellen Bedeutung, die an diesem Tage voraussichtlich das ganze Geistesleben des deutschen Volkes in breiter Öffentlichkeit beherrschen wird, soll ihn in seinem Glauben an das Buch stärken, seine Freude am Buch festigen und die Richtigkeit seiner Neigung für das Buch, die Zweckmäßigkeit seiner Liebhaberei bestätigen.

Ein Tag des Buches ist aber in zweiter Linie ein Werbeta g für das Buch. Denn die große Masse derer, die nach Verlassen der Schulbank vom Buche wieder abgerückt sind und ihm fremd, scheu, teilnahmslos gegenüberstehen; die große Masse derer, die glauben, mit der Zeitungslektüre, dem Kino und Rundfunk ihren geistigen Bedarf ausreichend decken zu können, muß aufgerüttelt und wieder daran erinnert werden, welch ungeheurer Schatz von Werten und welche Fülle von Reiz und Schönheit in dem weiten, weltumfassenden Reich der Bücher aufgestapelt ist.

Schließlich soll ein Tag des Buches natürlich auch ein Werbeta g für den Buchhandel sein; der Erfolg des Tages soll also neben der großen ideellen Förderung der geistigen Interessen des Volkes auch ein Erfolg für die Interessen des Buchhandels sein und somit auch den Autoren, Künstlern und sonstigen Erwerbszweigen, die an der Entstehung des Buches beteiligt sind, zugute kommen.

Der Zweck dieser Zeilen ist, einen praktischen Beitrag zu liefern zu den verschiedenen Möglichkeiten, in denen man die Massen von dem Wert des Buches überzeugen oder wenigstens auf den Wert des Buches hinweisen kann. Es sollen einige Beispiele zeigen, wie man bedeutsame Aussprüche unserer Denker und Dichter für diesen Zweck gewissermaßen als Vorspann benutzen kann, ohne die Regeln des guten Geschmacks zu verletzen. Man bringe solche Aussprüche in die Presse, drucke sie auf weiße Kärtchen etwa in Besuchsartenformat, die dann in großen Mengen durch dem Buchhandel nahestehende junge Damen auf belebten Straßen, in stark besuchten Restaurants und Kaffeehäusern, durch das übliche Beilegen in Zeitschriften oder sonst irgendwie zur Verteilung gebracht werden.

Derartige Maßnahmen brauchen aber nicht nur auf den Tag des Buches beschränkt zu bleiben. Es wäre fast zu erwägen, ob nicht auch bei sonstigen Gelegenheiten, die eine große Menschenansammlung mit sich bringen, wie Sportveranstaltungen, Volksfeste u. dgl., solche Kärtchen zur Verteilung gebracht werden sollten.

Einige Beispiele von Aussprüchen, die für diesen Zweck geeignet erscheinen, mögen hier folgen:

Die Wissenschaften nähren die Jugend und ergößen das Alter. (Cicero.) Darum ist alt und jung auf Bücher angewiesen, die uns die Wissenschaften erschließen.