

zu dem ja auch das Sortiment gehört, zu schwächen und zu zermürben. Es gilt also zunächst, das wirtschaftliche Gleichgewicht im Buchhandel wieder herzustellen, nüchtern gesagt: das Sortiment wieder in seine naturgegebene Stellung zwischen Buchproduktion (Verlag) und Buchkonsum (Publikum) voll und ganz einzuschalten. Das läßt sich natürlich nicht mit einem Schlag erreichen. Die gegensätzlichen Auffassungen und die wirtschaftlichen Faktoren sind zu stark in der Buchwirtschaft verankert, daß sie sich nicht ohne Funktionsstörungen plötzlich beseitigen lassen. Auch der Abbau des bisherigen überspitzten Zustandes im Buchhandel muß organisch erfolgen. Das heißt aber nicht: die Dinge sich selbst zu überlassen, sondern auch hierfür gilt es, die Dinge durch Wille und Tat in Fluß zu bringen.

Die heutige Zeit ist außerordentlich günstig für die Bewirtlichung der Forderung, eine neue Basis für das Zusammenarbeiten zwischen Verlag und Sortiment zu schaffen. Wir stehen vor einer Neugestaltung des geistigen Lebens, das auch der Literatur einen neuen Impuls geben wird. Dieser neue Impuls wird sich nicht nur der schöngeistigen Literatur mitteilen, er wird sich auch auf die wissenschaftliche Literatur übertragen. Die Wissenschaft, die dem Staate und der Erziehung seiner Bürger dient, wird in der nächsten Zeit einen wesentlichen Teil der literarischen Produktion ausmachen. Der Ausbruch der Literatur stellt auch den Buchhandel wieder vor große Aufgaben. Man kann wohl sagen, daß sich uns wieder ein Neuland erschließt, an dessen Kultivierung der Buchhandel einen gewaltigen Anteil hat. Gibt es einen günstigeren Augenblick als diesen, um die notwendig gewordenen Reparaturen am Apparat des Buchhandels vorzunehmen? Jetzt ist doch der richtige Zeitpunkt, um die verschütteten Kanäle wieder frei zu machen, um den Strom des neuen Lebens in sie hineinzuführen. Es bedarf nur des Willens, aus dem die Tat geboren wird.

Die Vorbedingung für eine Verständigung zwischen Verlag und Sortiment ist die bedingungslose Anerkennung des festen und unumstößlichen Ladenpreises. Der Begriff des Ladenpreises ist der ruhende Pol, um den sich die ganze Arbeit des Buchhandels gruppiert. Die dringendste Forderung ist daher: Schutz dem Ladenpreise. Die Garantie für diese Forderung liegt zunächst auf gesetzlichem Gebiete. Wir haben die Satzung, die den Begriff des Ladenpreises einigermaßen fest umreißt. Aber durch das ewige Hin- und Herzerren an diesem Begriff ist der Ladenpreis heute zum Wechselbalg geworden; es glaubt niemand mehr recht an ihn und an seine Geltungskraft. Dem Begriff des Ladenpreises muß wieder neues Leben eingeflüßt werden, er muß wieder zu einer Formel gemacht werden, an deren Klarheit und Schärfe nicht mehr herumgedeutelt werden darf und kann. Auch dieser Durchbruch des neuen Ladenpreisbegriffes wird nur systematisch erfolgen können. Begonnen mit dem Wegfall der »Vorzugs-ladenpreise« für Mitarbeiter des Verlags, Bezieher von Zeitschriften usw. muß der Abbau nach und nach überall dort durchgeführt werden, wo die Bedürfnisfrage für eine Verbilligung des Buchpreises nach kaufmännischen und volkswirtschaftlichen Gesichtspunkten zu verneinen ist. Der Mengenpreis ist kaufmännisch wohl berechtigt, jedoch ist seine Anwendung über die Grenzen hinausgegangen, die durch einen gesunden Wettbewerb gezogen sind. Es steht im Widerspruch zum Streben nach einem Wirtschaftsausgleich, wenn die Versorgung von Käufermassen durch eine Hand erfolgt. Damit ist der unbeschränkten Werbung keine Grenze gesetzt, aber die Werbung soll nicht mehr mit dem Köder eines verbilligten Preises einem ganzen Berufsstand Schaden zufügen. Sieht sich das Sortiment wieder auf der ganzen Linie in seine Stellung eingeschaltet, so wird ihm das Gefühl der Sicherheit, der Glaube an einen lautereren Wettbewerb und die Aussicht auf den Erfolg seiner Arbeit zurückgegeben. Es kann seine Arbeit um so aktiver und freudiger erfüllen, je weniger es gezwungen ist, den Preis in den Mittelpunkt seiner Vertriebsmaßnahmen zu stellen. Gewinnt der Ladenpreis für unsern Buchhandel seine ursprüngliche Bedeutung zurück, so wird sich auch die gesunkene Berufsmoral wieder heben, in der eine weitere Garantie für den Schutz des Ladenpreises gegeben ist. Wenn das vorstehend umrissene Ziel erreicht ist, so wird es auch dem Verlag leicht sein, seine direkten Lieferungen an das Publikum, die ja heute bereits im Widerspruch mit seiner Aufgabe als Produzent stehen, einzustellen.

In engem Zusammenhang mit der Garantie für den Ladenpreis steht die Frage, wie die außerhalb der buchhändlerischen Organisation stehenden buchhandelnden Existenzen an die Ordnung gebunden und kontrolliert werden können. Die Bindung ist zwar äußerlich durch das vorhandene Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb da. Wir Sortimentler wissen aber recht gut, welchen geringen Einfluß dieses Gesetz heute noch auf den wilden Buchhandel hat. Das Sortiment kämpft gegen diesen Handel wie gegen einen unsichtbaren Feind, dem es allenfalls mal im kleinen, aber nie im großen und ganzen beikommen kann. Es ist eine Zügellosigkeit im Handeln mit Büchern eingedrungen, die sowohl aus volkswirtschaftlichen wie auch aus kulturellen Gründen ausgemerzt werden muß. Der Schutz, der auch dem Sortiment durch die Einzelhandelsperre zuteil werden sollte, bedeutet ein Nichts gegenüber der unerträglichen Ausbreitung des Büchervertriebs durch Reisende, die zum Teil mit unlauteren Mitteln dem soliden Sortiment das Wasser abgraben oder auch gegenüber der Ausdehnung des Büchervertriebs auf andere Handelszweige, die mit dem Buchhandel nichts gemein haben. Der Schaden, der dem Buchhandel dadurch wirtschaftlich zugefügt wird, ist unübersehbar, und die Gefahr der Zerlegung des Ladenpreises ist unabwendbar, denn es ist unmöglich, das Preisgebaren des nicht festhaften Handels laufend zu kontrollieren. Wenn wir den Begriff des Ladenpreises wiederherstellen wollen, so ist es unerlässlich, auch diese unerquidliche Wucherung am buchhändlerischen Wirtschaftskörper unter unsere Kontrolle zu bekommen. Das günstigste wäre freilich, wenn diese Art des Büchervertriebs von einer verschärften Konzeptionspflicht abhängig gemacht würde. Allein von dieser Richtung her gesehen, wäre die Einführung des Konzeptionszwanges ein Segen für den Buchhandel. Ich habe aber schon eingangs meine Bedenken ausgedrückt, wie schwer es sein wird, für den Buchhandel in kürzester Zeit ein Sondergesetz zu erlangen. Bis dahin gilt eben die Forderung der Selbsthilfe. Sie gebietet uns, alles zu tun, um den Schaden aus eigener Kraft beizukommen.

Ähnlich wie bei den Reisebüchern, so muß der Börsenverein auch hier versuchen, den gesamten Reisebuchhandel zu erfassen und unter seine Hoheit zu stellen. Diese Aufgabe ist natürlich viel schwerer, sie könnte wahrscheinlich ohne gesetzliche Unterlage überhaupt nicht gelöst werden, wenn der Verlag als Lieferant nicht den größten Teil der Aufgabe übernehmen würde. Der Absatz des Verlags soll durch diesen Kampf gegen den wilden Büchertrieb nicht etwa geschmälert werden. Ich denke noch gar nicht an eine Lieferperre. Aber der Verlag und auch der Grossist sollen dem Börsenverein alle die Adressen von Personen und Firmen zuleiten, die hierfür in Frage kommen. Das sind Unternehmen, die Reisende beschäftigen, und Einzelpersonen, die auf eigene Rechnung den Buchvertrieb pflegen. In beiden Fällen kann es sich zunächst natürlich nur um Unternehmen und Leute handeln, die nicht im Adreßbuch des Deutschen Buchhandels verzeichnet stehen, und die noch keinem Fachverband angehören. Diese Mitteilungen bedeuten keine Preisgabe von Geschäftsgeheimnissen, sie sollen dem Börsenverein als Geheimmaterial dienen, mit dessen Hilfe der Versuch einer durchgreifenden Organisation des gesamten Reisebuchhandels gemacht werden kann. Selbstverständlich muß auch das Sortiment mitarbeiten, und ich bin überzeugt, daß auch der Verein der Reise- und Versandbuchhandlungen Deutschlands seine Mitwirkung nicht versagen wird. Im Interesse einer Gesundung der buchhändlerischen Wirtschaft und im Interesse einer berufsständischen Konsolidierung des Buchhandels muß alles unter eine Führung gebracht werden, der es dann obliegt, die weiteren Maßnahmen durchzuführen, die zur Sicherung der Satzung, vorzüglich des Ladenpreises, dienen.

Ich kann dieses Thema nicht verlassen, ohne der Bedeutung des Adreßbuches des Deutschen Buchhandels Beachtung zu zollen. In seiner heutigen Form ist das Adreßbuch entweder zu umfangreich, oder zu unvollkommen. Vor Jahr und Tag vertrat ich noch den Standpunkt, daß das Adreßbuch zu viel Firmen enthielte, die gar nichts darin zu suchen hatten, weil ihr Buchhandelsbetrieb ohne Bedeutung war. Heute — im Hinblick auf den berufsständischen Aufbau und seinen wirklichen Sinn — möchte ich sagen, daß mit ein Ausbau des Adreßbuches als notwendig erscheint. Mancher Sortimentler wird dieser Meinung mit Skepsis