

hörden gewöhnlich dasselbe Buch mehrfach zur Ansicht zugesandt erhalten. In Großstädten ist dagegen meist eine Verteilung der Behörden schon durchgeführt, indem es Spezialbuchhandlungen gibt, die die einzelnen ihnen entsprechenden Behörden als feste Kunden haben (z. B. die juristischen Fachbuchhandlungen liefern an Gerichte, die medizinischen an Kliniken usw.). Bei Vorhandensein von der unter 1. genannten Zeitschriftenstelle wäre diese geeignet, die Behördenlieferungen mit zu übernehmen.

4. Das gemeinsame Verlegerkonto. Dieser Vorschlag geht dahin, daß mehrere große Sortimente, die sich auf Spezialgebiete festgelegt haben, die großen Verleger untereinander aufteilen. Etwa so: Buchhandlung A (Spezialität Medizin) besorgt für sich und für B, C, D alle Bücher (also auch die nichtmedizinischen) aus den Verlagen Enke, G. Fischer usw. — Buchhandlung B (Spezialität Jura) besorgt für sich und die andern alle Bücher aus den Verlagen Beck, Grunter, Heymann usw. — Buchhandlung C (Spezialität Technik) besorgt für sich und die andern alles von Springer, Ernst & Sohn, Oldenbourg usw. — Für das Sortiment ergibt sich der Vorteil, daß alle infolge des erhöhten Rabatts der Spezialbuchhandlung gegenseitig an diesem teilnehmen. Der Zeitverlust ist meist nicht so wesentlich, weil die in Frage kommenden Firmen oft örtlich nicht sehr weit auseinander liegen. Betont sei, daß dieser Austausch von Bestellungen nur für die täglichen festen Kundenaufträge gedacht ist. Eine Konkurrenzgefahr ist bei bereits erteilten Aufträgen nicht mehr zu befürchten. Einkauf von Neuerscheinungen ist zunächst nicht gemeint, ist aber auch auf diesem Wege möglich. Neben erhöhtem Rabatt kann evtl. noch an Bestell- und Versandspesen gespart werden. Für den Verlag ergibt sich aber auch ein Vorteil. Er spart an Kontenführung und Expedition und hat zudem nur einen Schuldner, den er hinsichtlich seiner Kreditfähigkeit kennt, während er bei mehreren Sortimentern gewöhnlich einige mahnen muß, oft wegen lächerlicher Beträge. Der Vorschlag ist nur in Großstädten durchführbar, wo ein täglicher spezieller (wissenschaftlicher) Bedarf vorliegt. Auch muß es sich um Literatur handeln, die in Leipzig von den Barsortimenten nicht vorteilhafter zu beziehen ist.

Es muß noch erwähnt werden, daß natürlich auch ein ständiger Lageraustausch zwischen den zusammenarbeitenden Sortimentern stattfinden kann. Ansichtswünsche von Kunden, die gerade das Spezialgebiet des eigenen Geschäftes nicht betreffen, werden dann von der entsprechenden Fachbuchhandlung ausgeliehen und dem Kunden vorgelegt. Kauft er nichts, so wandern die Bücher ins Speziallager zurück und es entstehen in diesem Falle weder Versandspesen noch Ladenaufwände. In gleicher Weise können auch Restbestände nutzbar gemacht werden, indem die Firmen Listen austauschen, wo sie angeben, was sie gegebenenfalls billiger abstoßen wollen.

5. Das gemeinsame Schulbuchgeschäft. Falls keine spezielle Schulbuchhandlung vorhanden ist, wird, besonders in Mittelstädten, das Sortiment die gemeinsame Abwicklung des Schulbuchgeschäftes mit Erfolg durchführen können. Hier kann erreicht werden, daß viele Doppelbestellungen und viele ungenaue Anfragen bei den Verlegern vermieden werden. Ferner können die einzelnen Sortimente sich leichter dagegen schützen, daß ihnen viele alte Auflagen als Ladenaufwände liegenbleiben. Beizeiten läßt sich der Gesamtbedarf der Stadt annähernd feststellen. Es kann auch das direkte Bestellen der Schulen verhindert werden. Auch hier würde ich besfürworten, daß eine solche Zentralstelle, wie die unter 1. beschriebene Zeitschriftenstelle es ist, den Einkauf und die Auslieferung mit übernimmt. Die Auslieferung könnte entweder an die Schulen direkt oder an die angeschlossenen Buchhandlungen erfolgen. Nebenher kann eine Erziehung zum berufständischen Gedanken erfolgen, indem nur an Börsenvereinsmitglieder geliefert wird oder an Buchhändler nur mit gekürztem Rabatt. Für den Verlag entsteht der große Vorteil, daß er von den vielen kleinen und kleinsten Bestellungen verschont wird. In der Praxis liegen bereits geglückte Versuche vor, sodaß der Vorschlag eine Möglichkeit der Zusammenarbeit von Sortimentern zeigt.

6. Die gemeinsame Jugendschriftenwerbung. Es wird für ein einzelnes Sortiment nicht leicht sein, einen Verein, eine Behörde oder eine gemeinnützige Stelle in den Dienst der eigenen Firma zu stellen. Anders ist das, wenn ein Ortsverein oder gar ein Kreisverein den Versuch unternimmt, an eine solche Stelle heranzukommen, um sie für das gute Buch werben zu lassen. Dann geht es um die Idee des guten Buches und nicht mehr um die einzelne Firma. Daß indirekt eine solche Werbung der einzelnen Buchhandlung zugute kommt, ist zwar beabsichtigter Zweck, aber nicht Selbstzweck. Gedacht ist an Stellen wie etwa: Ausschuß der Lehrerschaft gegen Schmutz und Schund, oder gemeinnütziger Verein für Jugendaufklärung oder Jugendfürsorgeamt oder ähnliches, jedenfalls an Stellen, die aus irgendwelchen Idealen heraus oder beruflich für die geistige Erziehung der Jugend zu sorgen haben. Hier könnte nun der Orts-

verein der Buchhändler gemeinsam mit einem solchen Verein eine Aufklärung der Jugend über das gute Buch durchführen. Eine Jugendschriftenausstellung mit Verkauf wird (evtl. sogar in den Schulen) durchgeführt, in deren Erfolg sich die Sortimente teilen. Auch hier wäre wieder die unter 1. genannte Stelle geeignet, einen solchen Versuch durchzuführen. Da auch dies bereits im Buchhandel praktisch erprobt und mit Erfolg versucht worden ist, darf hier eine Möglichkeit der Zusammenarbeit angenommen werden.

7. Das gemeinsame Ramschgeschäft. Ladenhüter gibt es viele im Sortiment. Es ist immer ein Bestand an Büchern vorhanden, die man zu jedem Preis abzustößen bereit ist. Trotzdem sind es aber nicht so viele, daß ein einzelnes Sortiment damit ein eigenes Ramschgeschäft eröffnen könnte. Das ist aber möglich, wenn sich mehrere Firmen zusammentun und für ein bis zwei Monate einen leerstehenden Laden mieten. (Von den gesetzlichen Schwierigkeiten soll hier abgesehen werden, denn wenn der Vorschlag gut ist, dann findet sich auch eine gesetzliche Möglichkeit, ihn durchzuführen.) In diesem Laden, der gegenüber seinem alten Zustand nicht weiter vorgerichtet zu werden braucht, werden die Restbestände zu Serienpreisen (je 5, je 10, je 20, je 30 usw. Pf.) auf Tischen oder Regalen ausgelegt. Das Risiko ist nicht groß, es besteht nur aus Ladenmiete und behördlichen Abgaben. Den Verkauf übernehmen die beteiligten Firmen umschichtig. Geeignet ist die ruhige Sommerzeit. Antiquariate werden besonders gern Restbestände, die beim Einkauf von Bibliotheken mit übernommen werden mußten, aber nur ganz niedrig angekauft worden sind, beisteuern. Unkosten und Erlös werden entsprechend dem auf jede Firma entfallenden Umsatz verteilt. Für den Vorschlag kommen in erster Linie Großstädte in Frage, wo in verkehrsreicher Gegend ein solch fliegender Laden eingerichtet werden kann.

8. Die gemeinsame Ausbildung der Jungbuchhändler am Ort. Um über den Rahmen der praktischen Ausbildung im Einzelfortiment den heranwachsenden Kräften Gelegenheit zu geben, das praktisch Gelernte auch theoretisch zu vertiefen und auch die Gebiete kennenzulernen, die man nicht alltäglich in die Hand bekommt (allgemeine Berufsfragen, Handelsrecht, Buchführung, Schaufensterdekoration und Ähnliches), ist eine Durchführung von Fortbildungskursen zu empfehlen. In Großstädten werden sie schon z. Tl. durchgeführt. Selbständige Buchhändler oder geeignete Gehilfen können die Aufgabe des Lehrenden übernehmen.

9. Der Tag des Buches. Vielsach verpusst die allgemeine Werbung, wenn nicht die Sortimentern eines Ortes ihrerseits die Propaganda gemeinsam in derselben Richtung fortsetzen. Versuche sind in dieser Richtung z. B. unternommen worden durch den gemeinsamen Verkauf von Büchern durch die Autoren, die dann jedes Buch mit ihrer Unterschrift gezeichnet haben. Gemeinsame öffentliche Aufführungen, gemeinsame Werbeumzüge, gleichzeitiger Schaufensterwettbewerb unter Heranziehung des Publikums als Preisrichter, gemeinsame Bücherbesprechungen, Vorträge, Preisauschreiben u. A. sind versucht worden.

10. Der gemeinsame Einkauf von Neuerscheinungen. Dieser ist schon oft versucht worden, aber immer wieder gescheitert, weil der Sortimentern seinen Ortskollegen nicht gern in die Karten schauen läßt. Der Gedanke des Großeinkaufs ist zwar schon über ein halbes Jahrhundert alt, aber immer wieder nicht durchführbar, weil eine sichere Abschätzung des vermuteten Bedarfs nicht möglich ist, weil das Risiko in keiner Weise verringert wird und weil die Befürchtung der Konkurrenz zu groß ist. Eher ist es denkbar, daß die von den Verlegern unternommene Propaganda innerhalb eines Gebietes von den Sortimentern gemeinsam unterstützt wird, etwa so, daß eine vom Verleger angekündigte Neuerscheinung, die in der Tagespresse besprochen wird, durch gleichzeitige Buchausstellung in allen Schaufenstern unterstützt wird. Ich halte aber die Zusammenarbeit von Sortimentern in den beiden genannten Punkten für dasjenige, was auf die meisten Schwierigkeiten stößt und nur dann möglich ist, wenn ein sehr gutes Einvernehmen unter den Firmen eines Ortes besteht. Hingegen ist, wie die Vereinsfortimente beweisen, eine gemeinsame Durchführung aller Einkaufsarbeiten, gemeinsame Transporte und die Errichtung eines gemeinsamen Barsortimentslagers in Großstädten möglich, wenn sie genügend weit von den Zentralstellen des Buchhandels entfernt sind. Eine genaue Beschreibung erübrigt sich, da die Tätigkeit dieser Firmen hinreichend bekannt sein dürfte. Konkurrenzgefahr besteht nicht, weil die Tätigkeit dieser Vereinsfortimente (genau wie bei den unter 1. genannten Zeitschriftenstellen) an dritter Stelle unter Wahrung der Geschäftsgeheimnisse durchgeführt wird.

Paul Liebe

bei Akad. Buchhandlung Focke & Oltmanns, Dresden.