

Die Möglichkeit und Bedeutung einer gleichmäßigeren Verteilung der Bucherzeugung über den Lauf des Jahres, vom Sortiment aus betrachtet

Wir veröffentlichen diesen Aufsatz als weiteren Beitrag zu einer Frage, die im Börsenblatt wiederholt berührt worden ist. Das Seminar für Buchhandelsbetriebslehre an der Handels-Hochschule Leipzig behandelte das Thema vor kurzem in einem internen Ausspracheabend.
D. Schriftl.

Der Gedanke einer gleichmäßigeren Verteilung der Buchproduktion über das ganze Jahr ist ein Kind unserer Zeit, wenigstens ist er früher nie so nachhaltig und oft in der Fachpresse und darüber hinaus in der allgemeinen Publizistik erörtert worden wie in der Gegenwart. Wir können darin ein Zeichen sehen, daß in dem Verhältnis zwischen Bucherzeugung und -verbrauch Störungen aufgetreten sind, als deren Ursache u. a. die Spannung zwischen der zeitlichen Zusammenballung der zum Verkauf gebrachten Neuerscheinungen und der unterschiedlichen Aufnahmefähigkeit der Käuferkreise angesehen werden muß. In erster Linie scheint es sich also um eine Marktfrage zu handeln, die am augenfälligsten dort in Erscheinung tritt, wo beide Marktparteien — Erzeuger und Abnehmer — zusammentreffen: im Sortiment. Hier wird sie auch am stärksten empfunden, jedenfalls viel eindringlicher als bei den Praktikern der Buchbesprechung, die über den bestehenden Zustand oft Klage führen.

Was ist vom Sortiment aus zum Thema zu sagen? Grundsätzlich das eine, daß an den bestehenden Verhältnissen wenig zu ändern ist, sondern vieles als naturgegeben hingenommen werden muß. Niemand steht im Buchhandel mehr im Widerspiel der Kräfte als der Sortimenter, der im Geistigen zwar einen Einfluß auf den Verleger und Bücherkäufer nehmen kann und auch nimmt, im Wirtschaftlichen aber den Tatsachen unterstellt ist, die aus kapitalistischen und sozialen Gründen herrühren. Dies soll begründet werden.

Es gibt im Laufe eines Arbeitsjahres im Sortiment einen Zeitabschnitt, in dem die Absatzkurve steil ansteigt und den höchsten Stand erreicht: die Dezemberwochen vor Weihnachten. Am Umfang dieser Absatzziffern entscheidet sich für viele Betriebe, vor allem kleineren Maßstabes, das Schicksal der Lebenshaltung im nächsten Jahr, zumindest aber die Möglichkeit, durch Kapitalreserven leistungsfähiger zu werden. Die beherrschende Stellung des Weihnachtsfestes hat aber nicht nur für den Umsatz des Sortiments diese Bedeutung, sondern auch für die vorbereitenden Maßnahmen einen, man kann sagen, gesetzmäßigen Einfluß. Bereits die Herbstmonate beanspruchen das freie Betriebskapital in stärkstem Maße durch einen ausgedehnten Festbezug für das Bücherlager und eine umfassende und kostspielige Werbung. Diesem Wirtschaftsimpuls paßt sich der Verleger mit seiner Herbstproduktion an, einerseits, um die vom Sortiment ausgeworfenen Kapitalien auszunutzen, andererseits, um durch ein rechtzeitiges Einschalten in den Werbeplan des Buchverbreiters den erhofften Gewinn zu erzielen. Für viele Verleger ist es eine Prestigefrage, mit Neuerscheinungen im Werbematerial des Sortiments vertreten zu sein. Das Publikum in seiner Fragestellung »Was gibts neues zum Fest?« lehnt ja leider noch immer häufig Bücher als Neuheit unerbittlich ab, die nicht unmittelbar vor dem Fest erschienen sind; eine Tatsache, die nicht nur die Verleger, sondern auch vielfach die Schriftsteller veranlaßt, ihr Schaffen entsprechend einzurichten.

Warum diese starke Konzentration der Kräfte auf Weihnachten zu? Die Antwort ist ebenso einfach wie eindeutig. Zu keiner anderen Zeit des Jahres löst der Gedanke des Schenkens eine so

starke Bereitwilligkeit zum Büchererwerb aus, und nie ist die finanzielle Voraussetzung dazu günstiger als in den Vorweihnachtswochen. Nicht nur, daß jeder schenkt, es finden auch weite Volksteile zum Buch, die während des übrigen Jahres als Käufer völlig ausfallen, und zwar nicht immer aus Teilnahmslosigkeit, sondern aus mangelnder Kaufkraft. Die große wirtschaftliche Bedeutung des Weihnachtsfestes besteht nicht zuletzt darin, daß sie weiten Kreisen unseres Volkes eine zusätzliche und im Jahreslauf meist einmalige Einkommenserhöhung verschafft. Denken wir etwa an die in sozial bedingten Betrieben übliche Gratifikation an die Mitarbeiter, die Auszahlung der Sparguthaben in den Kleinhandelsgeschäften, die Aussicht auf die zur Jahreswende fälligen Zinsen von Spareinlagen und vieles andere. Gerade diese kleinen Summen minderbemittelter Volksteile spielen aufs Ganze gesehen auch für den Sortimenter eine wichtige Rolle. Ein lehrreiches Beispiel geben in den Großstädten die Buchabteilungen der Kaufhäuser, die in dieser Zeit Buchinteressenten befriedigen, die man leider vergeblich in dem regulären Sortiment sucht.

Die unerschütterliche Vormachtstellung des Weihnachtsfestes und der nur aus psychologischen Gesetzen erklärbare Hang des Publikums, das Allerneueste zu kaufen bzw. zu verschenken, wird nach den Erfahrungen des Sortimenters eine Überproduktion der Verleger zur Herbstzeit nie ausschalten, höchstens bei hervorragenden Literaturwerken abschwächen. Und doch trifft diese Situation nur für eine, wenn auch zahlenmäßig bedeutende Gruppe zu: das schöngeistige Schrifttum, d. h. für jene Fülle von Büchern, die in Form des Romans, der Novelle bzw. Erzählung, der Lebensbeschreibung und der für Laien bestimmten Darstellungen fast aller Wissensgebiete um die Gunst des Publikums werben. Eine andere Lage ergibt sich für das wissenschaftliche Buch und seine Verteilungsstelle: das wissenschaftliche Sortiment. So wie das wissenschaftliche Schrifttum nach Anlage und Zielsetzung von anderen Voraussetzungen als das übliche Geschenkbuch bestimmt wird, so hat es auch für die Arbeit des Sortimenters eine unterschiedliche Bedeutung. Sein Erscheinen ist nicht von den großen Festen des Jahres abhängig, seine Absatzmöglichkeit wenig spekulativ. Eine gleichmäßige Verteilung der Produktion über das ganze Jahr wäre also theoretisch möglich, noch besser aber für das Bedürfnis des Großstadtsortiments bzw. der Universitätsbuchhandlung würde eine planmäßigere Lenkung der Erscheinungstermine auf jene Zeitabschnitte des Jahres sein, in denen nur das schöngeistige Schrifttum regelrecht eine Rolle spielt. Und doch sprechen auch hier eine Reihe von Unwägbarkeiten aber auch Gesetzmäßigkeiten mit. Dafür nur wenige Beispiele. Wie häufig liefert der Verfasser das Manuskript seines Werkes später als geplant an den Verleger ab, sodaß der Erscheinungstermin des Buches hinausgeschoben werden muß, mit der Ausgabe eines Konkurrenzwerkes vielleicht zusammentrifft und demgemäß für den Sortimenter Schwierigkeiten in der Absatzorganisation entstehen. Von der Seite des Verbrauchers her beeinflussen ferner den Vertrieb der wissenschaftlichen Literatur im Sortiment: die Etats der wissenschaftlichen Bibliotheken und Institute, die häufig so vorsichtig verwaltet werden, daß am Ende des Etatjahres ein größerer Nachbezug erfolgen kann oder aber — und das ist leider nicht selten — die so gering sind, daß der Erwerb wichtiger Literatur auf Rechnung des neuen Etats vorgetragen werden muß und entsprechend der Bücherbezug im neuen Abschnitt geringer wird. Von einschneidender Bedeutung sind außerdem die Ferienzeiten an den akademischen Lehrstätten, die sich nicht nur für das Inlandsgeschäft, sondern auch für den