

fahrenen Verleger manches zu sagen, sondern darüber hinaus auch allen Nichtfachleuten, die sich mit den grundsätzlichen Dingen der Kalkulation zu beschäftigen haben, jedoch die Eigenart und Zusammenhänge des Preisystems des Buchhandels und die nicht vergleichbaren spezifischen Kostenbestandteile der buchverlegerischen Kalkulation mitunter nicht genügend übersehen können. Allerdings wird für das Verständnis der kurzgefaßten Darlegungen Kiemanns die Kenntnis der allgemeinen betriebswirtschaftlichen Struktur des Buchverlagswesens vorausgesetzt.

Kiemann, der sich vor Abfassung seiner knappen, möglichst einfachen Erfahrungssätze annehmbar gründlich mit dem allgemeinen Kostenproblem und im speziellen auch mit den beiden, aus dem Seminar für Buchhandelsbetriebslehre hervorgegangenen Arbeiten von »Zulda, Die monatliche Erfolgsrechnung im Rechnungswesen des Verlages« und von »Vollhardt, Die Bedeutung der modernen Selbstkosten-Theorien für den Buchverlag« beschäftigt hat, gibt in seiner Einführung zunächst einen kurzen Vergleich der Unterschiede des Preisgebäudes von Industrie und Verlag. Er stellt darin die Verlagskalkulation der industriellen Preiskalkulation gegenüber, die gegliedert werden kann in a) Preisermittlung im Einzelfalle durch Kostenrechnung, b) in Marktpreisbildung und c) Preisbestimmung durch Verbandsabmachungen (Richtpreise, Kartelle). Seine eigentlichen Ausführungen zur Berechnungsweise des buchhändlerischen Ladenpreises gehen vom sogenannten klassischen Muster aus, an das anknüpfend in weiteren, gleichfalls einfach und knapp gehaltenen Abschnitten Einzelbetrachtungen der zahlreichen »Tücken« der sogenannten klassischen Berechnung angeschlossen werden. Im Abschnitt über Vor-, Haupt- und Nachkalkulation wird vom Verfasser auf Grund seiner Erfahrungsergebnisse zu Recht die Notwendigkeit der Aufstellung einer Nachkalkulation zur Hauptkalkulation und ihrer laufenden Überwachung im Interesse der eigenen Betriebskontrolle nachdrücklich empfohlen.

Besondere Beachtung verdienen Kiemanns Ausführungen zum Abschnitt über den Verlegeranteil. Mit Recht hat Kiemann die leider immer noch in zahlreichen Verlagskalkulationen angewendete Bezeichnung »Gewinn« vermieden — entsprechend den langjährigen Bemühungen des Leiters des Seminars für Buchhandelsbetriebslehre, wonach eine auf das einzelne Verlagswerk abgestellte sogenannte isolierte Gewinnberechnung erfahrungsgemäß als ungeeignet und unzulässig abzulehnen ist. Für den Ausdruck »Verlagsanteil«, der in Anlehnung an die Bezeichnung: Verfassersanteil, allgemeiner Geschäftskostenanteil, Sortimentersanteil u. s. gebildet und übrigens auch im Fachschrifttum bereits seit langem bekannt ist, könnte man nach Menz vielleicht noch besser von »Risikoausgleich« oder nach Schlemminger vom »geschätzten oder erhofften, vorkalkulatorisch errechneten Überschuss bei Absatz der gesamten Auflage« sprechen. Dieser Ablehnung der isolierten Gewinnberechnung möchten wir die andere Erkenntnis der Unmöglichkeit einer auf das einzelne Verlagswerk abgestellten exakten Vor-, Haupt- und Nachberechnung des Gemeinkostenanteils zur Seite stellen.

Im Abschnitt Verlegeranteil verdienen wiederum Kiemanns verhältnismäßig eingehende Ausführungen zur Frage der Kapitalverzinsung hervorgehoben zu werden, die den Einfluß der Absatzdauer oder Umschlaggeschwindigkeit eines Buches auf den Verlagsanteil aufzeigen; dies wird einfach, klar und übersichtlich durch die Gegenüberstellung der beiden ausgerechneten Zahlenbeispiele für den gleichen Umsatz eines Werkes innerhalb eines Zeitraumes von angenommen drei Jahren und neun Jahren verdeutlicht. Daraus gewinnt Kiemann den Leitsatz, wonach nicht die absolute Höhe des errechneten Verlagsanteiles entscheidet, sondern die Kapitalverzinsung, die durch die Absatzdauer bestimmt wird. In der Erkenntnis, daß Kalkulation Kostenerfassung ist, soll sich nach Kiemann z. B. ein vielseitiger Verlag nicht mit der Kostenerfassung etwa für die verschiedenen Literaturgattungen: Schöngeistiges Schrifttum, wissenschaftliches Schrifttum, Schulbücher und Zeitschriften begnügen, sondern er habe auch zweckmäßigerweise innerhalb dieser Schrifttumsgruppen nach Möglichkeit noch die Kosten der einzelnen Betriebsabteilungen zu erfassen. Dies führt zum weiteren Leitsatz: Die allgemeinen Unkosten sind möglichst genau gegliedert zu erfassen und zum Gesamtumsatz in Beziehung zu setzen.

Im Abschnitt über die Erfassung der »Unkosten« schließt sich Kiemann dem Ergebnis der buchwirtschaftlichen Forschung und zugleich der Überzeugung wohl der Mehrheit des Verlages an, wenn er der Berechnungsweise der allgemeinen Kosten in Bombendertausendzählern des Verlagsumsatzes (also vom Nettopreis) mit Angabe der hauptsächlichsten Gründe den Vorzug gibt. Wir neigen dazu, die Empfehlung Kiemanns, wegen schwankender Gesamtunkosten in den einzelnen Jahren in die Kalkulation einen Dreijahres-Durchschnitt einzusetzen, noch zu erweitern. U. E. ist es sehr wohl für die eine

oder andere Verlagsrichtung denkbar, daß innerhalb dreier Jahre im großen ganzen von einem etwa gleichbleibendem Umsatz bei gleichfalls nicht wesentlich veränderter Kostenlage gesprochen werden kann, während in größeren Zeitabständen für ein Jahr durch besondere Zeitumstände und dergleichen bedingt bei völlig verändertem Umsatz und Absatzmöglichkeiten eine ebenso veränderte Gemeinkostenlage mit entsprechend gesteigertem oder vermindertem Risiko gegeben sein kann. In solchen Fällen vermag u. E. eine Errechnung des Unkostenanteils aus fünf bis zehn aufeinanderfolgenden Jahresabschlüssen — vorausgesetzt, daß sie kontinuierlich aufgebaut und somit vergleichbar sind — noch einen sicheren Allgemeinkosten-Durchschnitt zu erbringen, wobei zugleich alle Risiken einbezogen und ausgeglichen sind. Im Anschluß an die Erkenntnis, daß die Kosten ganz allgemein und gleichmäßig auf alle Verlagswerke entsprechend dem Umsatz zu verteilen sind, weist Kiemann darauf hin, daß die größten Unterschiede durch eine Einteilung in Verlagsgruppen mit verschiedenen Spesenätzen beseitigt werden. Nach seiner Auffassung seien »im übrigen die Unterschiede der Unkosten zwischen den einzelnen Werken gar nicht so groß und betragen meist nur 2—3%. U. E. erscheint es allerdings etwas fraglich, inwieweit diese auf den Erfahrungsergebnissen eines vornehmlich wissenschaftlichen Verlegers beruhende Feststellung ohne weiteres von Verlegern anderer Sparten verallgemeinert werden darf.

Wiederholt setzt Kiemann den Verlegeranteil, der bekanntlich überhaupt erst nach erfolgter Kostendeckung eintritt, in Relation zum Anteil des Verfassers, der im Gegensatz zum Verleger seinen Anteil bereits vom ersten verkauften Stück an erhält. Dem Autorenanteil ist neben anderen wichtigen Erfahrungssätzen, deren Kenntnis gerade für die Schriftstellerschaft aufschlußreich sein würde, der besondere Abschnitt über den Einfluß des Honorars gewidmet. Nicht nur nach Kiemann ist es durchaus gerechtfertigt, wenn der Autor am Absatz und damit am Risiko beteiligt wird. Im Hinblick auf die Tatsache, daß der Verleger bei jeder verlegerischen Unternehmung den Einsatz seines Kapitals riskiert, wird mit Recht der Standpunkt vertreten, daß der Verfasser sich gleichfalls mit seinem geistigen Erzeugnis am Wagnis beteiligt. Dieser Auffassung liegt der Gedanke zugrunde, daß der Verleger einen gerechten Anspruch darauf hat, für den Einsatz seines Kapitals und seiner Arbeit nicht schlechter als der Autor gestellt zu sein. Aus der Beschäftigung mit dem Verfassersanteil ist weiterhin als Ergebnis festgestellt, daß eine Vorauszahlung des Honorars preiserhöhend wirkt.

Manche wertvolle Erkenntnisse enthalten auch die kurzen Abschnitte z. B. über die Höhe des Rabattes, über Vertreterprovision und über die Bedingtauslieferung, die erfahrungsgemäß die Allgemeinkosten erheblich beeinflussen kann. Hervorhebung verdient der Abschnitt Werbekosten, für den gerade Kiemann als Fachmann der Buchwerbung sich auf besondere Erkenntnisse stützen kann; er schließt diesen Abschnitt mit dem Erfahrungssatz ab, daß die Gesamtwerbekosten des Verlages (von Ausnahmefällen abgesehen) 10% des Umsatzes nicht überschreiten sollten. Die klare und knappe Ausdrucksweise Kiemanns fesselt auch den Fachmann bis zu den letzten Abschnitten seiner Schrift, die sich mit der Auflagenhöhe und der Neuaufgabe befassen. Gerade zur Frage des Einflusses der Auflagenhöhe auf die Kostenlage, Preisgestaltung und den Ladenpreis und damit auch zum Fragenkreis der Neuaufgabe wäre sicher noch manches zu sagen, worauf wir aber leider aus Raumgründen verzichten müssen.

Die weitere kritische Auseinandersetzung mit der Arbeit Kiemanns wird aber gerade im Hinblick auf die zeitlose Bedeutung und die besondere Aktualität des Verlagskalkulationsproblems hoffentlich nicht ausbleiben. Je fruchtbarer sie sich gestaltet, desto mehr wird zugleich der Sache des Gesamtverlages und der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung und Erkenntnis gedient.

Dipl.-Kfm. Dr. J o h a n n S c h l e m m i n g e r

Verleger, beachtet bei der Auslieferung genau die Liefervorschriften des Buchhändlers!

Vergeßt nicht, auf den Rechnungen die Kommissionäre der Empfänger, die Bestellnummern oder Bestellzeichen anzugeben!

Geht auf den Rechnungen das Postcheckkonto so deutlich an, daß nicht erst danach gesucht werden muß!

Meldet dem Buchhändler unverzüglich in jedem Falle Lieferhindernisse!
