

Umriss der Buchhandelskunde.

Von Friedrich Schiller (Wien).

Die Erscheinungen des modernen Lebens und Verkehrs sind so vielfältig, daß man es niemandem verdenken kann, wenn er von den Einrichtungen außerhalb seines Berufes nur unvollständige Kenntniss hat. Es gibt gewiß viele Nichtjuristen, die über den Unterschied zwischen Steueramt und Steueradministration, zwischen Zivilgerichts- und Strafgerichtsverfahren schwach orientiert sind. Darum wird es auch keinen Buchhändler wundernehmen, wenn jemand mit den Worten in den Laden tritt: Haben Sie Schnitzlers Masken und Wunder im Verlage? Die Antwort lautet: Im Verlage nicht, aber hier ist das gewünschte Buch. Der Mann aus dem Publikum, der verwundert dreinsieht, verwechselt eben zwei Begriffe: ein Buch im Verlage haben — und ein Buch auf Lager haben.

Die nachstehenden kurzen Erörterungen über den Buchhandel sind für die Anfänger unter den Büchersammlern bestimmt; die erfahrenen Bücherfreunde mögen die paar Seiten, die ihnen kaum etwas Neues bieten würden, überblättern.

Das Geburtsjahr des deutschen Buchhandels fällt wohl mit der Erfindung des Druckes mit beweglichen, aus Metall gegossenen Lettern durch Johann Gensfleisch zum Gutenberg (1440) zusammen; selbstverständlich sind auch die in den Klöstern geschriebenen Bücher Gegenstand des Handels gewesen, allein den eigentlichen Buchhandel kennt man doch erst seit jener die Welt umwälzenden und reformierenden Erfindung.

In diesen viereinhalb Jahrhunderten hat sich der deutsche Buchhandel mächtig entwickelt und die auf allen wirtschaftlichen Gebieten maßgebende Arbeitsteilung hat, während es seinerzeit nicht selten war, daß Autor, Buchdrucker, Verleger und Buchführer (Verkäufer) sich in einer Person vereinigt fanden,

dazu geführt, daß die Buchdruckerei ein gesondertes Gewerbe bildet und sich beim Buchhandel folgende Vertriebsformen finden:

1. der Verlag;
2. das Sortiment (nebst dem Antiquariat, Kolportagehandel, Reisebuchhandel, Leihbibliothek, Lesezirkel usw.);
3. das Kommissionsgeschäft.

Es kommt vor, daß eine Firma gleichzeitig alle drei Arten betreibt; es gibt jedoch sehr viele Firmen, die nur einen Geschäftszweig führen.

1. Der Verlag.

Der Verlag befaßt sich mit der Herstellung von Büchern und deren Vertrieb im Buchhandel. Im allgemeinen geschieht der Verlag auf eigene Rechnung des Verlegers, indem dieser durch Verlagsvertrag die Rechte des Verfassers erwirbt und die Herstellung auf eigenes Risiko besorgen läßt. Daneben gibt es einen Kommissionsverlag, bei welchem das Werk auf Kosten des Verfassers hergestellt wird und der Verleger nur den Vertrieb der Auflage an den Buchhandel gegen eine bestimmte Vergütung, die nach einem Prozentsatz vom Ladenpreise berechnet wird, übernimmt. Daß ein Buch im Kommissionsverlage erschienen ist, wird häufig auf dem Titelblatte angegeben; mitunter jedoch wird es nicht ausgedrückt und es heißt einfach wie bei anderen Büchern: Verlag von N. N.

Zu einer erfolgreichen verlegerischen Tätigkeit gehört — nebst Unternehmungsgeist und Kapital — bis zu einem gewissen Grade eine Kenntnis der Literatur der betreffenden Wissenschaft. Auf Grund dieser Kenntnis gibt der Verleger häufig Anregung zu wissenschaftlichen Handbüchern, Lehrbüchern, Monographien usw., die sonst vielleicht nicht geschrieben werden würden. Natürlich gilt auch vom Buch, was Heinrich Laube vom Theater sagte: Es kommt immer anders. Ein alter Römer sagt: Habent sua fata libelli. Manches Buch, mit dem ein Verleger einen großen Erfolg zu erzielen gedachte, ist gänzlich abgefallen, und manches, das er halb gezwungen und ohne Freudigkeit übernahm, hat sich zu einem „Schlager“ entwickelt.

Hat sich der Verleger auf Grund seiner Kalkulation über den wahrscheinlichen Absatz entschlossen, ein Werk in Verlag zu nehmen, so erwirbt er in einem Vertrag vom Verfasser das Verlags- und Urheberrecht. In diesem Vertrag werden auch folgende Punkte festgesetzt: der Umfang des Werkes, die Höhe der Auflage, der Zeitpunkt des Erscheinens, eventuell die Illustrationen, und, was für den Autor das wichtigste ist, das Honorar. Dieses kann ausgesetzt

werden für alle Auflagen mit einem bestimmten Betrag oder auch für jede Auflage einer bestimmten Anzahl von Exemplaren, oder auch in einem Prozentsatze vom Ladenpreise für jedes gedruckte oder für jedes verkaufte Exemplar. Es findet dann alljährlich zur bestimmten Zeit eine Abrechnung statt. Der Verlagsvertrag stützt sich auf die Gesetze betreffend das Urheberrecht, welches den Schutz gegen Nachdruck umfaßt. Dieser Schutz besteht, bis 30 Jahre seit dem Ablauf des Kalenderjahres, in welchem der Urheber gestorben ist, verfloßen sind. Von großer Wichtigkeit für den internationalen literarischen und buchhändlerischen Wert ist die Berner Übereinkunft, welche zwischen den wichtigsten europäischen und einigen außereuropäischen Staaten abgeschlossen wurde und die im Artikel 2 bestimmt, daß den Werken aus den Verbandsländern in jedem Lande derselbe Schutz wie den Werken des eigenen Landes gewährt werde. Zu jenen wenigen europäischen Staaten, die der Berner Übereinkunft noch nicht beigetreten sind, gehören Rußland und Osterreich-Ungarn.

An den Abschluß des Verlagsvertrages reihen sich die Arbeiten der Herstellung; der Verleger wird mit der Druckerei unterhandeln, die Schriftgattung, das Papier, eventuell die Illustrationen auswählen, kurz die technische Ausstattung des Buches in Szene setzen, eine oft sehr sorgen- und mühevollen Tätigkeit, da für den Erfolg eines Buches mitunter ganz nebensächlich scheinende Dinge maßgebend sind. Schließlich muß er auch, falls das Buch gebunden ausgegeben wird, über den Einband schlüssig werden. Liegt das Buch fertig in seinen Händen, so bestimmt er endgültig den Ladenpreis und es beginnen die Arbeiten des Vertriebes. Eine Voranzeige der Novität wird häufig schon vor Erscheinen im Buchhandel erfolgen durch Zirkulare an die Buchhändler und durch Inserate in den buchhändlerischen Fachblättern. Das alles genügt jedoch in vielen Fällen nicht, häufig muß auch das Interesse des Publikums direkt wachgerufen werden durch Anzeigen in Fach- oder Tagesblättern, durch Prospekte mit Inhaltsangaben oder Proben aus dem Buche usw. Die großen deutschen Verlagsbuchhandlungen, insbesondere die Jugendschriften- und Klassikerverleger entsenden eigene Reisende an die Sortimentshandlungen, um deren Interesse für ihre Novitäten und Neuauflagen wachzurufen. Dies ist gewiß die wirksamste, wenn auch kostspieligste Vertriebsart.

2. Das Sortiment.

Aus der Geschichte des Buchhandels wissen wir, daß noch im 17. Jahrhundert der Vertrieb der Bücher durch Angestellte des Verlegers stattfand, die mit ihren Vorräten Jahrmärkte und Messen, Klöster und Städte besuchten und

die neuen Erzeugnisse ihrer Offizinen zum Tausch und Kauf anboten. Man nannte diese Verlagsvertreter „Buchführer“ und die von den Verlegern späterhin in den größeren Städten errichteten ständigen Niederlassungen „Faktoreien“. Aus den Faktoreien, welche bald auch die Erzeugnisse anderer Verleger auf Lager nahmen, entwickelte sich das „Sortiment“.

Der deutsche Sortimentsbuchhandel hat vor dem ausländischen, wo sich in der Regel jede Firma auf ein einzelnes Gebiet der Literatur spezialisiert, den großen Vorteil, daß er grundsätzlich die Erzeugnisse der ganzen Literatur vertreibt. Wer freilich von einem Sortimentsbuchhändler verlangt, daß er alle erschienenen Bücher auf Lager haben soll, begehrt etwas Unmögliches — man bedenke nur, daß im deutschen Sprachgebiet (also im Deutschen Reich, in Österreich und der Schweiz) jährlich etwa 30.000 Bücher erscheinen! Und diese Flut ist noch im Wachsen begriffen. Noch in einem anderen Punkte ist der deutsche Buchhandel dem auswärtigen über: in der Ausbreitung im ganzen Lande, denn während in Frankreich und England Sortimentsbetriebe von einiger Ausdehnung sich nur in den Hauptstädten finden, gibt es im Deutschen Reich und in den deutschen Gebieten Österreichs kaum ein Städtchen, kaum ein größeres Dorf, in dem sich nicht mehr oder weniger gutassortierte Sortimentshandlungen angesiedelt haben. Die oft geschmähte deutsche Kleinstaaterei, die überaus zahlreiche Kulturzentren schuf, hat nebst manchen anderen günstigen Folgen (Gründung von Universitäten zc.) auch diese intensive Ausdehnung des Buchhandels gezeitigt.

Der deutsche Sortimenter bewirkt seinen Absatz, abgesehen von der Erledigung der Bestellungen auf bestimmte Bücher, durch Auslegen der Neuigkeiten im Schaufenster, Anzeigen in den Zeitungen, Versenden von Katalogen und Prospekten und durch systematische Ansichtssendungen der neuerschienenen Bücher an seine Kunden. Die letztgenannte Vertriebsart, die ihm dadurch ermöglicht wird, daß ihm die Verleger ihre Novitäten in Kommission mit der Verpflichtung der Abrechnung zur Ostermesse überlassen, ist eine sehr mühsame und erfordert eine genaue Kenntnis der Literatur sowie der Wünsche und Neigungen seines Kundenkreises.

Jeder Sortimenter hat je nach der Ausdehnung seines Geschäftes eine mehr oder minder große Geschäftsbibliothek, deren Hauptbestandteil die von der Hinrichs'schen Buchhandlung in Leipzig herausgegebenen Bücherverzeichnisse bilden. Der „Hinrichs“, wie man ihn kurz nennt, ist im täglichen Geschäftsbetriebe unentbehrlich. Es gibt einen wöchentlichen Hinrichs, bei dem die Erscheinungen einer Woche zusammengefaßt und nach Wissenschaften geordnet sind. Sodann gibt es von derselben Firma Vierteljahrs-, Halbjahrs- und Fünf-

jahreskataloge, alle mit der größten Sorgfalt und Genauigkeit redigiert und dadurch höchst schätzenswert. Auch bei gründlicher Kenntnis der Literatur und bei gutem Gedächtnisse muß der Buchhändler diese Verzeichnisse häufig zu Rate ziehen. Das liebe Publikum ist ja bei Bestellung von Büchern im allgemeinen wenig genau, oft weiß der Besteller den Titel und den Verfasser des gewünschten Buches nur ganz ungefähr anzugeben; dann helfen nur gewagte Kombinationen und mitunter der — Hinrichs.

Mit dem Büchervertriebe befassen sich außer dem Sortiment noch das Antiquariat, der Reisebuchhandel, der Kolportagehandel usw.; auf diese näher einzugehen ist im Rahmen dieses Artikels nicht möglich. Auch Leihbibliotheken und Lesezirkel kann ich nur erwähnen.

3. Das Kommissionsgeschäft.

Fust und Schöffer, die ersten Mainzer Drucker, boten die Erzeugnisse ihrer Presse in Frankfurt am Main an und begründeten so die Bedeutung Frankfurts als buchhändlerischen Meßplatz. Aber schon wenige Jahrzehnte später entwickelte sich neben Frankfurt ein anderer Meßplatz, der bald die erste Rolle als buchhändlerische Zentralstelle spielen sollte: Leipzig.

In Leipzig muß jeder deutsche Buchhändler eine Vertretung — einen Kommissionär — haben; jeder österreichische und ungarische außerdem noch in Wien. Der Kommissionär vermittelt den Verkehr zwischen Verlags- und Sortimentshandel auf folgende Weise: Der Sortimentsbuchhändler sendet die von ihm ausgeschriebenen und an die einzelnen Verleger adressierten Bestellzettel an den Kommissionär, der sie an die auf dem Platze befindlichen Verleger und an die Kommissionäre der auswärtigen zur Ausführung abgibt. Die Platzverleger und die Kommissionäre der auswärtigen Verleger senden sodann die Pakete mit den bestellten Büchern an die Kommissionäre des Sortiments, wo sie gesammelt und per Post oder per Bahn an die Sortimenter expediert werden.

Viele Verleger haben in Leipzig, respektive in Wien ein Auslieferungslager, so daß die einlaufenden Bestellungen ohne Verzögerung ausgeführt werden können.

Die Bedeutung Leipzigs als Mittelpunkt des Buchhandels ist aus folgenden Daten ersichtlich. In den fünf Erdteilen gibt es 12.486 Firmen, die in Leipzig ihre Vertretung haben. Diese 12.486 Firmen betreiben ihr Geschäft in 2455 Orten, von denen 1689 mit 9634 Firmen allein in Deutschland liegen. 3265 Firmen beschäftigen sich ausschließlich mit dem Buchverlag, 379 widmen

sich dem Kunstverlag, 498 betreiben den Musikalienverlag. Der Sortimentsbuchhandel umfaßt 7323 Firmen, dazu kommen noch 1318 Leihbibliotheken und Lesezirkelunternehmungen.

Zusammenfassend wäre noch zu bemerken, daß die mit Recht vielgerühmte und auch im Auslande anerkannte Organisation des deutschen Buchhandels auf zwei Grundlagen beruht:

1. auf der Einrichtung des Kommissionsgeschäftes in Leipzig und Wien;
2. auf dem festen, vom Verleger bestimmten Ladenpreise.

Diese beiden Momente bringen es mit sich, daß jeder Buchhändler in der Lage ist, jedes im deutschen Sprachgebiete erschienene Werk zum gleichen festen Preise zu liefern.

