Paritätische Zusammenarbeit des Reichsverbandes der Deutschen Industrie mit dem Reichsverband der Adreßbuchverleger.
— Verbandssignet —

Aus der Nummer 54 der „Deutschen Wirtschaftsbriefe" vom 17. November 1929 sind einem Beitrag von Direktor Alfred Scharff, Görlitz, auszugsweise die nachstehenden Ausführungen zu entnehmen:

In Düsseldorf hat der Reichsverband der Deutschen Industrie bekanntlich das sogenannte „Organisatorische Sperrjahr" verlängert und dabei ausdrücklich einen Vorbehalt hinsichtlich der Propagandamittel gemacht unter der Begründung, daß auf diesem Gebiete inzwischen eine rege paritätische Zusammenarbeit zwischen Inserentenkreisen und Verlegern eingesetzt habe und daß es daher nicht mehr nötig sei, gewissermaßen präventiv durch Sperrmaßnahmen gegen das Übermaß fast nicht mehr kontrollierbarer Angebote von Insertionsgelegenheiten anzukämpfen.

Soeben werden die „Richtlinien für die Behandlung von Adreßbuchfragen" bekannt, die der vom Reichsverband der Deutschen Industrie und vom Reichsverband der Adreßbuchverleger eingesetzte paritätische Sonderausschuß ausgearbeitet hat. Der Reichsverband der Adreßbuchverleger ist schon seit langem bestrebt, in seinen eigenen Reihen Ordnung zu schaffen und den Boden für qualitativ hochstehende Leistungen seiner Mitglieder zu bereiten. Hat er doch schon vor langer Zeit ein Verbandssignet geschaffen, das als Wertmarke für die adreßbuchverlegerische Produktion seiner Mitglieder gilt. Die Mitgliedschaft beim Reichsverband der Adreßbuchverleger kann nur von solchen Firmen erworben werden, die bereits adreßbuchverlegerische Leistungen aufzuweisen haben und über deren Ruf kein Zweifel besteht. Was unter „adreßbuchverlegerischer Leistung" und unter „gutem Ruf" zu verstehen ist, ist in hierfür aufgestellten Richtlinien festgelegt.

REICHSVERBAND DER ADRESSBUCH VERLEGER

Die Richtlinien definieren als Adreßbuch ein periodisch erscheinendes Nachschlagewerk, das alle in sein Arbeitsgebiet gehörenden Personen und Firmen mit ihrer genauen und neuesten Postadresse registriert. Die Vollständigkeit wird dadurch erreicht, daß einmal alle einschlägigen Adressen ohne Rücksicht auf die Beschaffungskosten an der Quelle ermittelt werden und ständig auf ihre Zweckmäßigkeit nachzuprüfen sind und daß ferner alle Adressen, die das Buch enthält, kostenlos mindestens einmal in systematischer Anordnung veröffentlicht werden.

Bezüglich der Häufigkeit des Erscheinens wird nachgewiesen, daß an einem möglichst alljährlichen Erscheinen festzuhalten sei, weil nach einem Jahre schon, je nach der Art des Adreßbuches, bis fünfzig Prozent der vorjährigen Adressen nicht mehr stimmen, weil ferner neu entstandene Firmen Berücksichtigung finden müßten und weil schließlich der Gebrauch veralteter Adreßbücher Portovergeudungen und Verzicht auf neue Geschäftsmöglichkeiten bedeute.

Wichtig ist, daß nach den aufgestellten Usancen die Beschaffung des Adreßbuchmaterials vom seriösen Adreßbuchgewerbe ohne Verquickung mit versteckten Angeboten vorgenommen werden soll. Die kostenlose redaktionelle Leistung soll mindestens die Postadresse einschließlich der Hauptbranche umfassen. Je nach dem Zweck des Adreßbuches können hierzu weitere verkehrswichtige Angaben kostenlos gemacht werden, wobei daran festzuhalten ist, daß die Nennung ein- und derselben Adresse unter mehreren Branchen kostenpflichtig ist.

Die Werbung der seriösen Adreßbuchverlage soll auf dem Wege der als Angebot klar kenntlich gemachten Vertragsofferte geschehen. Die Tarife sind mit unbedingter Tariftreue einzuhalten, wobei sie je nach Größe der Aufträge durch Pauschalierung tarifmäßig festgelegte Mengenvergünstigungen enthalten dürfen.

Zum Schluß muß noch auf diejenigen Teile der Richtlinien eingegangen werden, die die wichtigsten Grundsätze für die künftige gemeinsame Politik von Industrie und Verlagsgewerbe auf dem Adreßbuchgebiete enthalten. Zunächst ist Übereinstimmung darin festgestellt worden, daß die auf dem Adreßbuchgebiete herrschende Überproduktion eingeschränkt werden müsse. Von zwei Adreßbüchern, die unter gleichen oder ähnlichen Gesichtspunkten den gleichen Personen- oder Firmenkreis nachweisen, wird grundsätzlich eins immer als überflüssig anzusehen sein. Unter allen Umständen muß bei Neuerscheinungen die Bedürfnisfrage von den interessierten Kreisen bejaht werden. Es soll aber die Anerkennung oder Förderung einer Neugründung auch bei Bejahung der Bedürfnisfrage nur dann erfolgen, wenn auch die wirtschaftliche und sachliche Leistungsfähigkeit des Verlages geprüft ist.

Hand in Hand mit diesem mehr positiven Ziel muß eine systematische Bekämpfung unzulänglicher und zweifelhafter Unternehmen erstrebt werden und zu diesem Behufe ein weitestgehender Aufklärungs- und Warnungsdienst einsetzen.

Plastic Covered Document