

Redaktioneller Teil

Schweizerischer Buchhändlerverein.

Wir machen erneut darauf aufmerksam, daß die

Sperre

gegen

die Studentenbuchhandlung Zürich

nach wie vor unverändert weiterbesteht. Trotz weitestgehendem Entgegenkommen des Schweiz. Buchhändlervereins weigert sich die Studentenbuchhandlung Zürich, ihre den Schweiz. Buchhandel in hohem Maße schädigende Tätigkeit einzustellen.

Wir appellieren an das Solidaritätsgefühl und bitten dringend, die Sperre mit aller Schärfe durchzuführen.

Ganz besonders bitten wir Bestellungen, die allfällig von Strohmännern der Studentenbuchhandlung Zürich ausgehen oder die sonstwie verdächtig erscheinen, nicht auszuführen ohne vorherige Anfrage bei unserem Sekretariate, Bundesgasse 6, in Bern.

Basel und Bern, den 6. März 1930.

Namens des Schweizerischen Buchhändlervereins.

Der Präsident: Benno Schwabe.

Der Sekretär: Dr. R. v. Stürler.

Zehn Jahre Reichsverband der Adreßbuch-Verleger. Ziele und Aufgaben.

Von Dr. J. Weinand.

Als im Herbst 1920 der Verleger des Lübecker Adreßbuches, Schmidt-Römheld, die Anregung gab, eine Vereinigung der Stadtadreßbuch-Verleger Deutschlands zu gründen, ging er von der Tatsache aus, daß dieser Verlagszweig innerhalb der graphischen Wirtschaft eine Sonderstellung einnimmt. Das Adreßbuchgeschäft stellt seinem Wesen nach eine Verbindung von Zeitungs- und Zeitschriftenverlag und reinem Buchverlag dar. Es steht der Zeitung und der Zeitschrift nahe, weil es zur reklamaverarbeitenden graphischen Wirtschaft gehört dadurch, daß die Adreßbücher die Basis für kostenpflichtige Eintragungen und Anzeigen bilden und dem Verlagsbuchhandel durch seine Wesenheit als Buch — und daher als entsprechend verlegerisch zu behandelndes graphisches Erzeugnis.

Diese Sonderstellung tritt noch stärker in Erscheinung hinsichtlich der drucktechnischen Herstellung. Es ist kein Zufall, daß schätzungsweise 90% der Adreßbücher von Firmen verlegt werden, die gleichzeitig und vielfach sogar in erster Linie Drucker sind. Tatsächlich liegen die Verhältnisse überwiegend so, daß ein Adreßbuch nur in der Hand des Drucker-Verlegers eine ausreichende Rentabilität gewährleistet. Adreßbuchdruck und Adreßbuchverlag setzen eine vielfältige Erfahrung und ein recht erhebliches Anlagekapital voraus.

Der in den Jahren 1920 und 21 beginnende Zerfall der deutschen Finanzkraft und die damit eintretende Aufzehrung der in Adreßbüchern investierten Betriebskapitalien machten

hinsichtlich der Preisgestaltung für die Adreßbücher und die Reklamepreise eine Angleichung an die Geldentwertung notwendig und so kam es, daß aus der Not der Zeit und der richtigen Erkenntnis der Sonderstellung des Adreßbuchgewerbes der Zusammenschluß der wesentlichen deutschen Stadtadreßbuch-Verleger erfolgte.

Als Ziel hatte man sich gesetzt Erhaltung und Ausbau der wirtschaftsnotwendigen Adreßbücher und Abwehr der dem Gewerbe schädlichen Erscheinungen. Die Arbeit des Verbandes erstreckte sich demzufolge in den ersten Jahren des Bestehens vorwiegend auf die drucktechnische und redaktionelle Belehrung und Förderung der Mitgliedsfirmen und es ist zweifellos nicht überheblich, dieser instruktiven Tätigkeit des Verbandes zuzuschreiben, daß die deutsche Adreßbuchliteratur einen Achtung gebietenden hohen Rang einnimmt. Das alte anständige Adreßbuchgewerbe überstand dann die Zeit tiefster wirtschaftlicher Not und erlebte mit der Festigung der Währung in den Jahren 1924, 25 und 26 einen verhältnismäßig günstigen Aufstieg.

Die Tatsache, daß das Adreßbuchgeschäft wohl in ganz Deutschland in der Hauptsache von alten, gefestigten und bekannten Unternehmungen gepflegt wurde und das nahezu unbegrenzte Vertrauen, das dieser Verlagszweig in der gesamten Wirtschaft genoß, hatte dann neben der günstigen Konjunktur auf dem Reklamemarkt zur Folge, daß eine Unzahl wirtschaftlicher Freibeuter sich auf dem Adreßbuchgebiete betätigte. Es ist bekannt, in welchem Maße Schwindler und fachfremde Elemente dem anständigen Adreßbuchgewerbe durch zahllose Neugründungen von überflüssigen Nachschlagewerken Konkurrenz machten. Es ist ebenso bekannt, wie noch heute die Wirtschaft um Riesensummen für Werke, die entweder im höchsten Grade unzulänglich sind oder niemals erscheinen, geprellt wird. Der anständige Name des Adreßbuchgewerbes ist durch die weder vom Staatsanwalt gezügelte noch von der Wirtschaft in ausreichendem Maße abgelehnte Tätigkeit dieser Freibeuter in Verruf gekommen.

Zu all dem kam die Konkurrenz der öffentlichen Hand, die sich ohne die Spur einer Berechtigung auf dem privatwirtschaftlichen Adreßbuchverlagsgebiet breit machte. Das Reichspostministerium gründete die Reichspostreklame G. m. b. H. und verlieh ihr das Monopolrecht auf die Telefonadressen und gestattete zugleich, daß die gesamte staatliche Autorität einer Reichsbehörde vom Reichspostministerium bis zum Briefboten in den Dienst dieses Erwerbsunternehmens gestellt wurde.

Während die Vereinigung der Adreßbuch-Verleger, wie gesagt, in den ersten Jahren ihres Bestehens sich vorwiegend den Zielen des sachlichen und verlegerischen Aus- und Aufbaues widmen konnte, so ergab die Entwicklung der letzten Jahre zwangsläufig neue Zielsetzungen. Die verderblichen Auswirkungen der Freibeuterkonkurrenz auf dem deutschen Adreßbuchmarkt schlossen die Reihen dichter. Die ehemalige Vereinigung der Stadtadreßbuchverleger erweiterte sich zum Reichsverband der Adreßbuch-Verleger. In den neuen größeren Kreis traten ein die führenden Verlagsfirmen auf dem Gebiete der Länder- und Fachadreßbücher und in den Vordergrund der Verbandstätigkeit rückte der Abwehrkampf gegen die unlautere Schwindel-