

sind dem Werberat über den Reichsverband des Adress- und Anzeigenbuch-Verlagswesens, Berlin NW 7, Friedrichstraße 105 b, auf den dort erhältlichen Vordrucken in zweifacher Ausfertigung einzureichen.

Unbefristet erteilte Einzelgenehmigungen zur Wirtschaftswerbung durch Anzeigen in Adressbüchern erlöschen vier Jahre nach Erscheinen der letzten Auflage, wenn der Genehmigungsinhaber bis dahin keine neue Auflage des gleichen Adressbuches herausgegeben hat. Bei Fernsprecherverzeichnissen beträgt diese Frist vierzehn Monate.

Muß ein Adressbuch zu mehr als Dreiviertel des Umfangs neu gesetzt werden, so ist dafür ein DIN-Format der Reihe A zu wählen.

Der Verleger ist verpflichtet, für jedes mit Anzeigen erscheinende Adressbuch ein Lagerbuch als Ein- und Ausgangsbuch zu führen und die Belege für die darin vorzunehmenden Eintragungen (Druck- und Buchbinderrechnungen, Buchbestellungen und -rechnungen, Lieferhefte u. ä.) mindestens fünf Jahre geordnet aufzubewahren. In dem Lagerbuche sind, für jede Auflage getrennt, spätestens sieben Tage nach Ein- oder Ausgang einzutragen: a) die fertiggestellte Druckauflage, b) die jeweils gebundenen oder broschiierten Stücke, c) fortlaufend die ausgelieferten Stücke mit Angabe des Empfängers, dessen Anschrift, des berechneten Verkaufspreises und unter Kennzeichnung, ob es sich um in Kommission, tauschweise, unentgeltlich oder als Belegstück abgegebene oder für eigenen Gebrauch entnommene Stücke handelt.

Zum Schluß eines jeden Kalenderhalbjahres ist dem Werberat eine Vertriebsmeldung auf den beim Reichsverband des Adress- und Anzeigenbuch-Verlagswesens erhältlichen Vordrucken einzureichen. Der Verleger ist verpflichtet, unmittelbar nach dem Erscheinen des Adressbuches dem Werberate kostenlos ein Belegstück einzusenden.

In Adressbüchern, die nach dem 1. Januar 1938 mit Anzeigen herausgegeben werden, ist im Pflichtdruck anzugeben: a) die Nummer der Adressbuchrolle in folgender Fassung: »Adressbuchrolle des Werberates Nr. . . .« (ist zugleich die Nummer der Genehmigung des Werberates), b) Monat und Jahr des Erscheinens, c) Namen und Anschrift der für die Anzeigen Verantwortlichen.

Anzeigenaufträge dürfen nur nach der Anzeigenpreisliste (preistreu) und unter Zugrundelegung der »Allgemeinen Geschäftsbedingungen für das Adressbuch-Anzeigenwesen« abgeschlossen werden. Darüber hinausgehende Vergünstigungen dürfen weder beansprucht noch gewährt werden.

Für die Gestaltung des Adressbuches gilt u. a. folgendes: Das Adressbuch muß eindeutig benannt sein; sein Name darf keine falschen Vorstellungen über seinen Inhalt erwecken.

Ein Adressbuch muß vollständig sein. In jedem redaktionellen Abschnitte (ein nach einem leitenden Merkmal geordneter Teil des Adressbuches, dessen grundlegender Inhalt die Pflichteintragungen sind) sollen die Pflichteintragungen (kostenlose Nennung jedes aus Rücksicht auf die Vollständigkeit in dem Adressbuch Eingeborenen in einheitlicher Ausführlichkeit und drucktechnischer Ausstattung) mindestens einmal aufgeführt sein, es sei denn, daß die kostenlose Eintragung durch bestellte Fettdruck- oder Millimeterzeilen in eine kostenpflichtige abgewandelt wurde.

Der Verleger ist verpflichtet, die jeweils neuesten Unterlagen für die kostenlosen Eintragungen durch eigene Erhebungen oder von den in Betracht kommenden Stellen selbst zu beschaffen. Aus einem anderen Adressbuche darf ohne Erlaubnis seines Verlegers nicht abgeschrieben oder nachgedruckt werden.

Der Verleger hat nach Geschäftszweigen, Waren oder Leistungen geordnete redaktionelle Abschnitte sachgemäß und sorgfältig zu untergliedern.

Die Pflichteintragung eines Unternehmens mit verschiedenen Geschäftszweigen ist unter dem Hauptgeschäftszweig oder dem nächstliegenden Sammelbegriff einzuordnen. Zu allgemein gehaltene Sammelbezeichnungen sind bei den Stichwörtern zu vermeiden.

Der Verleger ist verpflichtet, das Adressbuch zweckmäßig und weitestgehend zu verbreiten.

Für jeden redaktionellen Abschnitt eines Adressbuches sowie für den allgemeinen Anzeigenteil kann ein besonderer Anzeigen-grundpreis festgesetzt werden.

Anzeigen im allgemeinen Anzeigenteil dürfen nur nach Seiten und Seitenteilen berechnet werden. Die Bruttopreise für Seitenteile müssen anteilig dem Bruttopreis einer ganzen Seite entsprechen. Aufrundungen auf volle fünf Pfennige sind zulässig.

Anzeigen in den redaktionellen Abschnitten eines Adressbuches dürfen nur nach a) Fettdruckzeilen in einer bestimmten einheitlichen Schrift, b) zusätzlichen Grundchriftzeilen, c) Millimeterzeilen berechnet werden.

Für Beilagen und besondere Gelegenheitsplätze, deren Größen von dem Satzspiegel und der Spalteneinteilung nicht abhängen (z. B.

Buchrücken, Schnitt des Buches, Anzeige auf beigelegtem Stadtplan), müssen die Preise in der Preisliste gesondert aufgestellt werden.

Aufschläge auf die Grundpreise sind nur zulässig, wenn sie in der Preisliste aufgeführt sind, und zwar nur für a) Mehrfarbendruck, b) ungewöhnlich schwierige Ausführung, c) bestimmte Plätze, wenn der Werbungtreibende sich beim Auftragsabschlusse mit dem Aufschlag einverstanden erklärt.

Plazaufschläge für Anzeigen in den redaktionellen Abschnitten sind unzulässig.

Nachlässe auf die Grundpreise sind nur zulässig, wenn sie in der Preisliste aufgeführt sind. Für Fettdruckzeilen (auf Bestellung in hervortretender Schrift gesetzte Zeilen im Wortlaut einer Pflichteintragung) und zusätzliche Grundchriftzeilen (auf Bestellung in der Grundchrift der Pflichteintragungen gesetzte Zeilen für Nennungen, die über den Rahmen der Pflichteintragungen hinausgehen) dürfen keine Nachlässe gewährt werden.

Für den allgemeinen Anzeigenteil kann der Verleger nur die folgende Nachlassreihe aufstellen: bei Abnahme von mindestens $\frac{1}{4}$ Seite 3 v. H., $\frac{1}{2}$ Seite 5 v. H., $\frac{3}{4}$ Seite 9 v. H., $\frac{1}{2}$ Seite 13 v. H., $\frac{1}{4}$ Seite 15 v. H., $\frac{1}{2}$ Seite 20 v. H.

Zahlungsbedingungen: Die Rechnung ist spätestens vierzehn Tage nach Erscheinen des Adressbuches zu erteilen. Die Zahlungsfrist des Werbungtreibenden muß allgemein dreißig Tage, die der Anzeigenmittler $1\frac{1}{2}$ Monate nach Rechnungsempfang betragen. Andere allgemeine Zahlungsfristen dürfen nur mit Einwilligung des Werberates, die über den Reichsverband des Adress- und Anzeigenbuch-Verlagswesens zu beantragen ist, festgelegt werden. Der Verleger kann für Zahlung innerhalb vierzehn Tagen nach Empfang der Rechnung vor Erscheinen des Adressbuches bis zu 3 v. H. Nachlaß gewähren, sofern dieser Nachlaß in der Preisliste aufgeführt ist. Der Anzeigenmittler erhält für von ihm vermittelte Anzeigenaufträge von dem Verleger bei Bezahlung der Anzeige 10 v. H. des von dem Werbungtreibenden zu zahlenden Betrages als Vergütung.

Für ein Adressbuch, welches mit Anzeigen herausgegeben werden soll, ist eine auf hellbraunem Papier gedruckte Anzeigenpreisliste im DIN-Format A 5 aufzustellen und in fünffacher Ausfertigung drei Tage vor Inkrafttreten dem Reichsverbande des Adress- und Anzeigenbuch-Verlagswesens einzusenden.

Änderungen der Anzeigenpreisliste für eine jeweilige Auflage eines Adressbuches bedürfen der Einwilligung des Werberates.

Die Anzeigenpreisliste muß enthalten a) den Zeitpunkt des Inkrafttretens, b) den Namen, die Nummer der Ausgabe und den Jahrgang des Adressbuches, c) den Verleger und dessen Anschrift, d) die Grundpreise für den allgemeinen Anzeigenteil und die Größen der Seite und der Seitenteile in mm, e) den Preis für die Fettdruckzeile mit Angabe des Schriftgrades und der Buchstabenanzahl je Zeile, f) den Preis für die zusätzliche Grundchriftzeile mit Angabe des Schriftgrades und der Buchstabenanzahl je Zeile, g) alle Grundpreise für die redaktionellen Abschnitte und die Breiten der Millimeterzeilen, h) alle Preise für Beilagen und für besondere Gelegenheitsplätze sowie die Größen dieser Plätze, i) alle Aufschläge; bei Plazaufschlägen die Angabe der Plätze, für welche sie erhoben werden, k) alle Nachlässe, l) die Zahlungsfrist für den Werbungtreibenden, m) den Monat und das Jahr des Erscheinens, n) die Angabe, ob Matrern und bis zu welchem Raster Druckstöcke verwendet werden können, o) die »Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Adressbuch-Anzeigenwesen« und etwaige zusätzliche Bedingungen des Verlages.

Für den Geschäftsverkehr im Adressbuch-Anzeigenwesen stellt der Werberat »Allgemeine Geschäftsbedingungen für das Adressbuch-Anzeigenwesen« auf. Der Verleger kann weitere Bedingungen unter der Bezeichnung »Zusätzliche Bedingungen des Verlages« hinzufügen. Diese dürfen den »Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Adressbuch-Anzeigenwesen« nicht widersprechen.

Für die Einhaltung der Bestimmungen des Werberates haften wie der Verleger auch a) der verantwortliche Anzeigenleiter, b) der Anzeigenverwalter, sofern die Anzeigenverwaltung oder -annahme ganz oder teilweise ausschließlich diesem von dem Verleger übertragen wurde.

Anschrift-Änderung der Zweigstelle Berlin des Börsenvereins

Die bisherige Potsdamer-Privatstraße ist in Bissing-zeile umbenannt worden. Durch die Reenumerierung hat das Haus, in dem sich die Zweigstelle befindet, die Nummer 13 erhalten.