

Der Kundenschutz im Lesezirkel*)

Von Dr. W. Carlsson-Samburg

Wie ein roter Faden zieht sich durch die Geschichte des »Reichsverbandes der Deutschen Lesezirkelbesitzer« der Kampf um einen geeigneten, die Arbeit des einzelnen sichernden Kundenschutz.

Das Hauptaktivum des Lesezirkels besteht wie auch beim werbenden Zeitschriftenhandel im Kundenstamm. Die Werbung ist durchweg recht schwierig und erfordert den Aufwand erheblicher Geldmittel. Der Wunsch nach schützenden Bestimmungen muß deshalb als berechtigt angesehen werden. Noch vor der Machtübernahme war die Wegnahme und Verschleppung ganzer Kundenstämme durch das Hinüberwechseln von Boten und Werbern an andere Firmen durchaus nichts seltenes, und manche jahrelange Arbeit war dann mit einem Schlage hinfällig geworden. Wenn auch das Wettbewerbsgesetz in einzelnen Fällen schützend eingreifen konnte, so war doch dieser Weg häufig umständlich und zeitraubend, die Auffassung über Grenzfälle nicht immer einheitlich und die aufzuwendenden Kosten für manche Unternehmungen nicht tragbar. So wurde denn der Weg der Selbsthilfe beschritten und nach geeigneten Mitteln zur Bekämpfung der Auswüchse gesucht; durch Konventionalstrafen der Botenverträge, durch Sperren der Verleger gegen einzelne Lesezirkel und durch den Abschluß *p r i v a t e r* *K u n d e n s c h u z a b m a c h u n g e n* versuchte man, dem Übelstand zu begegnen.

Eine bemerkenswerte Etappe auf diesem Wege war noch vor Eingliederung der Lesezirkel in die Reichspressekammer die *K o l l e k t i v v e r e i n b a r u n g* zwischen den Fachverbänden der Lesezirkel und Zeitschriftenverleger, die als »Vertriebsbestimmungen für Lesezirkel« am 1. Juni 1933 in Kraft traten in Form von Lieferungsbedingungen der Verleger. Sie haben später unter dem wirksamen Beistand der Reichspressekammer recht gute wettbewerbliche Ordnung im Lesezirkel geschaffen. Der beschrittene Weg, ausgehend von privaten Kundenschutzverträgen über die kollektiven Vereinbarungen der Fachverbände, führte dann am 21. April 1937 zu den Geschäftsgrundsätzen für Lesezirkel, die nunmehr als Anordnung des Herrn Präsidenten der Reichspressekammer das ganze Gebiet unter Berücksichtigung der gemachten Erfahrungen ordneten und regelten.

Der Herr Präsident der Reichspressekammer stellte mit Erlaß der Berufsschutzverordnung den im Vertriebe von Presseerzeugnissen tätigen Personen besondere Aufgaben. Er forderte von diesen Personengruppen, daß sie ebenso wie Verleger und Schriftleiter auf das große Ziel hinarbeiten haben, der deutschen Presse als dem Instrument der nationalen Selbsterziehung im Dienst für Volk und Reich die stärkste politische Auswirkung zu geben. Das Ziel der einzelnen Unternehmungen des Vertriebes kann und soll nicht das Vorantstellen des wirtschaftlichen Wettbewerbes sein, sondern sind kulturelle und politische Verpflichtungen, die in jeder Hinsicht den Vorrang haben. Nicht der händlerische Umsatz ist ausschlaggebend für die Betätigung, sondern die innerste Verpflichtung zur Durchsetzung der nationalsozialistischen Weltanschauung. Hiermit sind den Personen des Vertriebes andere Wege gewiesen und weitergehende Aufgaben gestellt als etwa den Angehörigen des Handels und der gewerblichen Wirtschaft.

Unter Berücksichtigung dieser Gedankengänge müssen die neuen Geschäftsgrundsätze und Kundenschutzbestimmungen gewertet werden. Wenn einerseits besondere Aufgaben verlangt werden, wird andererseits der notwendige wirtschaftliche Schutz gewährt,

*) Mit freundlicher Erlaubnis des Verfassers abgedruckt aus »Der Vertrieb« Nr. 29/30, amtliches Organ der Hauptsachgruppe Vertrieb in der Reichspressekammer (Brunnen-Verlag Willi Bischoff in Berlin).

um den Lebensraum zu sichern, der für die Erfüllung dieser Aufgaben erforderlich ist.

Abwegig wäre es, anzunehmen, daß damit die Mitglieder zünftlerisch gebunden und der gesunde Wettbewerb getnebelt werden sollen. Das ist in keiner Weise beabsichtigt. Der Initiative des einzelnen Unternehmens ist nach wie vor weitester Spielraum zu lassen, die gesunden Kräfte, Fleiß und Fähigkeit sollen sich nach wie vor tatkräftig auswirken können. Grundsätzlich kann gesagt werden, daß auch im Lesezirkel die Werbung der Kunden frei ist. Daß dabei die Bestimmungen des Präsidenten der Reichspressekammer, die besonders in der 9. Anordnung vom 31. Januar 1935 niedergelegt sind, beachtet werden müssen, bedarf keiner besonderen Erwähnung. In dieser Anordnung ist hingewiesen auf die Verantwortlichkeit des Unternehmers bei der Auswahl des Werbers, seine Verpflichtung zur Unterweisung und Schulung, zur Einreichung des vorgeschriebenen Ausweises und auf die Kontrolle der eingebrachten Bestellscheine. Dort ist auch festgelegt, daß sich der Werber höflich und taktvoll zu verhalten hat, erschöpfende Auskunft erteilen muß, bei der Werbung nicht das Ansehen des Wettbewerbers herabsetzen darf, daß es verboten ist, zur Abbestellung aufzufordern und daß weder durch Druck oder Zwang ein Kunde gewonnen werden soll.

Aber diese Bestimmungen hinaus hat es sich für die Lesezirkel aber als notwendig erwiesen, einen Schutz der sogenannten »öffentlichen Lokale« zu schaffen. Dieses deshalb, weil die Praxis gezeigt hat, daß sich bei der Werbung dieser Kunden erhebliche Mißstände ausgebildet hatten. Man darf nicht übersehen, daß gerade die vorgenannte Kundengruppe fast überall Abonnent der Lesezirkel ist und daher auch im Wettbewerb eine bevorzugte Rolle spielt. Wer erinnert sich nicht noch der Zeit, als Abonnementsabschlüsse der Lokale vorzugsweise nur an Lesezirkel gegeben wurden, die in der Lage waren, große Zeichen zu machen. Ständig wechselten damals die Gaststätten die Lieferanten, und Gratislieferungen von langer Dauer waren an der Tagesordnung. Ähnlich verhielt es sich bei den anderen nunmehr geschützten Abonnenten, bei denen erhebliche Einkäufe zum Zwecke der Kundenumarbeitung gang und gäbe waren. Nicht mehr erneuert wurde durch die Geschäftsgrundsätze der Schutz für die Warteräume der Rechtsanwälte, Ärzte und Zahnärzte, weil diese Einengung der

Parteiamtliche Prüfungskommission z. Schutze des NS.-Schrifttums im Stabe des Stellvertreters des Führers

Ergänzend zu der Veröffentlichung des Börsenblattes Nr. 184 vom 12. August 1937 über die Ernennung Wilhelm Baur zum Vizepräsidenten der Reichsschrifttumskammer und die Berufung Karl-Heinz Hederich zum Leiter der Abteilung VIII (Schrifttum) im Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda unter gleichzeitiger Ernennung zum Vizepräsidenten der Reichsschrifttumskammer wird darauf hingewiesen, daß in der Stellung des Hauptamtsleiters Hederich als stellvertretendem Vorsitzenden der Parteiamtlichen Prüfungskommission keine Veränderung eingetreten ist. Die Unterleitung der Abteilung Schrifttum im Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda, Vizepräsidentenschaft der Reichsschrifttumskammer und stellvertretende Leitung der Parteiamtlichen Prüfungskommission werden von Pg. Hederich in Personalunion verwaltet.