

schluß zu erzielen. Tatkraftige Kundenwerber bearbeiten jede einzelne eingehende Anfrage oft Jahre lang, bis sie endlich ihre Bestellung erhalten. Sorgsame Führung von Vormerkungen in Karteiform ist hier unerläßlich.

Die Anschriften-Industrie.

Grundsätzliches.

Die Beschaffung des Adressenmaterials ist eine der wichtigsten Aufgaben der vorbereitenden Streuarbeit. Je höher und unerschwinglicher die Kosten der Herstellung (Papier, Druck) und der Ausstreuung (Postporto, Affichierung) werden, umso sorgsamer muß das Adressenmaterial zusammengetragen und behandelt werden.

Adreßbücher.

Es gibt heute Adreßbücher für die verschiedensten Streufelder und Streugruppen, die bei der Ausstreuung mit Vorteil benützt werden können. In jedes Kundenwerbers Bibliothek müssen sich denn auch die notwendigsten Adreßbücher befinden. Auszüge aus denselben stellen die Telephonbücher dar, deren es nicht nur solche für einzelne Städte, sondern auch für ganze Provinzen und selbst Reiche gibt. Auch die Jahrbücher von gewerblichen und kaufmännischen Vereinigungen, wie Handelskammern, Zwecksverbänden, Genossenschaften und Gesellschaften bieten oft Handhaben zur Beschaffung eines verwendbaren Adressenmaterials. Dazu kommen Mitgliedsverzeichnisse von Vereinen, und es kann für den Kundenwerber einer Zigarettfabrik ebenso interessant sein, die Adressen von Mitgliedern eines Raucherklubs zu erfahren wie für den Vertreter einer Prothesenfabrik, die Mitglieder eines Invalidenvereines oder einer Kriegsbeschädigten-Fürsorge kennen zu lernen.

Adressen im Ausland.

Die Beschaffung der Adressen im Ausland erfordert erneuerte und besondere Sorgfalt. Hier wird die Mithilfe des Auslandsreisenden und der ausländischen Zeitungen sowie Exportblätter, der Banken und auswärtigen Vertretungen herangezogen werden müssen. Auch die Auslandskammern werden ersprißliche Dienste leisten können.