

suchung den Reklamefachmann besonders interessiert, sind die Erörterungen über die Beziehungen von Umsatz und Reklamekosten im Einzelhandel. Grünbaum, der Verfasser dieser Schrift, stellt fest, daß im allgemeinen die Kurve der Reklametätigkeit parallel geht der allgemeinen Konjunkturkurve, d. h., daß im allgemeinen der Einzelhandel die Umsatzrückgänge durch verstärkte Werbung nicht aufzuhalten versucht, vielmehr bestrebt ist, bei nachlassender Konjunktur durch Abstriche am Reklameetat zu sparen (womit allerdings nicht gesagt ist, daß auch das prozentuale Verhältnis der Reklamekosten zum Umsatz fällt). Ein von Grünbaum untersuchter Betrieb hat sich anders verhalten, als es die Allgemeinheit zu tun pflegt und die Reklameaufwendungen in der Depressionszeit verstärkt, während des Aufschwungs vermindert. Eine Umsatzminderung in der Depression blieb trotzdem festzustellen. Ob sie ohne die stärkere Werbetätigkeit noch heftiger gewesen wäre, darüber können keine Feststellungen getroffen werden. Grünbaum bezeichnet als zweckmäßiger die entgegengesetzte Politik: Intensivierung der Reklametätigkeit in Aufschwungszeiten, weil dann Kaufkraft und Kaufwille der Konsumenten stärker sind. In Amerika soll diese Auffassung Allgemeinut der Praxis sein. — Auch sonst gibt Grünbaums Untersuchung dem Marktanalytiker eine Menge wertvoller Aufschlüsse über Probleme des Einzelhandels.

Im Märzheft der »Gebrauchsgraphik« war im Rahmen eines Artikels über die Analyse der deutschen Provinzmarktbezirke auf die Schwierigkeiten hingewiesen, die einer zweckmäßigen Einteilung des deutschen Gebietes in Markt- und Wirtschaftsbeziehungen ohne Rücksicht auf politische und Verwaltungsbeziehungen entgegenstehen. Einen recht wertvollen Beitrag zu diesem Thema liefert das Buch des Leipziger Professors Erwin Scheu: »Deutschlands Wirtschaftsprovinzen und Wirtschaftsbezirke« (Band 2 der Weltpolitischen Bücherei, Berlin, Zentralverlag). Diese Schrift enthält die beste bisher vorliegende Einteilung Deutschlands in Wirtschaftsbezirke mit einer Reihe von kartographischen Skizzen, die namentlich die Verkehrsbeziehungen jedes Wirtschaftsbezirkes anschaulich darstellen. Wenn sich nun auch nicht in jedem Falle der Wirtschaftsbezirk, der sich mehr nach einheitlicher Produktion und Verkehrsbeziehungen als nach gleichmäßiger Kaufkraftschichtung orientiert, mit dem Marktbezirk vollständig decken werden, so dürfte doch dies Buch jeden, der die Provinz zu bearbeiten be-

absichtigt, lebhaft interessieren. Bei der Abgrenzung seiner Wirtschaftsbezirke hat Scheu als einen Faktor auch die Verbreitungsgebiete großer deutscher Tageszeitungen mitberücksichtigt, was naturgemäß gerade vom Standpunkt der Werbung aus wichtig ist.

Kaufkraftanalysen.

Über die Einwirkung der Einkommensbewegung auf die Umsätze des Einzelhandels gibt eine Arbeit des Instituts für Konjunkturforschung Aufklärung (Wochenberichte II,2). In den Gesamtumsätzen des Einzelhandels hat sich das im Vergleich zur entsprechenden Vorjahrsperiode in den ersten beiden Monaten 1929 um 100 bis 150 Millionen verringerte Arbeitseinkommen der deutschen Bevölkerung kaum ausgewirkt. Wohl aber haben einzelne Branchen diese Schwankung zu fühlen bekommen, so namentlich der Textileinzelhandel, wo die Umsätze in Damen- und Mädchenkonfektion um 15, in Herren- und Knabenkonfektion um 8 Proz. gesunken sind, während der Wäscheumsatz sich relativ stabil hielt. Wichtig ist, bei derartigen Untersuchungen zu beachten, daß die Verringerung nur für das Arbeitseinkommen festzustellen ist, nicht auch für das aus anderen Einkommensquellen. So erklärt sich die regionale Verschiedenheit in der Entwicklung des Einkommens. Eine Kartenskizze zeigt den prozentualen Anteil der vom Arbeitseinkommen lebenden Personen an der Gesamtbevölkerung in den einzelnen Gegenden des Reiches.

Wertvoll für die Analyse der Kaufkraft sind die Untersuchungen des Statistischen Reichsamtes über die industriellen Löhne. Nachdem die Hauptergebnisse der amtlichen Lohnerhebungen für die Textil- und für die Holzindustrie bereits früher veröffentlicht worden sind, gibt das Amt jetzt Ziffern für die chemische Industrie (einschließlich Kunstseidenherstellung). Am interessantesten für marktanalytische Zwecke dürften die Vergleiche der einzelnen Produktionsgebiete untereinander sein. Es ergeben sich Unterschiede in beträchtlichem Ausmaße. Der durchschnittliche Wochenlohn eines Betriebsarbeiters im Zeitlohn beträgt z. B. in der schlesischen Sprengstoffindustrie 27,31 RM, in der sächsisch-thüringischen Stickstoffindustrie 54 RM, also fast das Doppelte. Es lassen sich durch Kombinierung der Arbeiterzahl mit den Verdienstziffern recht gute Schlüsse auf die Kaufkraft der Gebiete ziehen (Wirtschaft und Statistik, IX,4).

Zur Beurteilung der Kaufkraft der ländlichen Be-