

mangelnden Erfolg nicht mehr wundern. Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer, ein Plakat (nämlich ein einziges Exemplar) auch nicht. Daß ferner die statistischen Grundzahlen nur ungenügend eingingen, ja oft nur schätzungsweise vorhanden sind, spricht von einer in werblichen Dingen bedauerlichen Rückständigkeit der am Fremdenverkehr interessierten Kreise. Hoffentlich trägt das vorliegende Werk dazu bei, bisher Versäumtes noch nachzuholen. Daß sich die Kurkommission von Clausthal-Zellerfeld an das Forschungsinstitut mit der Bitte um eine Analyse des Fremdenverkehrs wandte, ist allerdings schon ein erfreuliches Zeichen dafür, daß in Zukunft neuere und erfolgreichere Wege eingeschlagen werden. Für das Institut kam von vornherein nur eine Untersuchung in Betracht, die voraussetzungslos die bisherige Entwicklung feststellte und ihre Linienführung aufzeigte. Unter diesem Gesichtspunkte wurde die Analyse eines Einzelfalles zum Schulbeispiel für die Methode fremdenverkehrsanalytischer Arbeiten. Die Schrift ist für alle Verbände, Vereine und Persönlichkeiten bestimmt, denen die Förderung des Fremdenverkehrs in den Bädern, Kurorten und sonstigen Fremdenverkehrsplätzen obliegt. Sie zeigt an einem Beispiel, wieweit — im Interesse rationellster Verwendung der heute meist knappen Geldmittel — die Statistiken als Grundlage für Werbemaßnahmen dienen, in welcher Weise sie zu Rate gezogen werden können.

Wenn man bedenkt, daß (nach Dr. B. Ronnefeld, Deutsche Hotelnachrichten Nr. 74, 1930) 50–80% aller Faltblätter und Werbebücher nutzlos vertan werden, so wird man den Wert der Methode der Fremdenverkehrsanalyse zu schätzen wissen. Nutzlose Werbung zu verhindern ist eine der Hauptaufgaben der Marktanalyse. Preis des Buches: 4 Reichsmark.

*50 Jahre Lorenz. Festschrift der Lorenz Aktiengesellschaft Berlin-Tempelhof.* Die heutige Lorenz A.G. hat sich aus drei Firmen entwickelt, aus der Firma C. F. Lewert, der Firma C. Lorenz und der Firma W. Gurlt. So betrachtet könnte die Lorenz A.G. eigentlich das 130. Jubiläum feiern, denn der Mechanikus David Friedrich Lewert machte sich im Jahre 1800 in Berlin selbständig. Die Geschichte der Firma ist spannender als ein Unterhaltungsroman. Was Lewert in seiner Werkstatt anfertigte, läßt sich heute nicht mehr feststellen. Die Berliner Adreßbücher jener Zeit enthalten nur ganz knappe Angaben. Anzeigen in unserem Sinne kannte man damals nicht, und so war der Versuch, von Lewert

etwas in den alten Berliner Zeitungen zu finden, vergebens. Die viel gepriesene gute alte Zeit war — wenigstens in Deutschland — den Mechanikern nicht grün. Im Jahre 1838 wurde die erste Eisenbahn in Preußen zwischen Berlin und Potsdam als Privatunternehmen eröffnet. Die preußische Postverwaltung warnte vor diesem unsinnigen Treiben. Trotzdem stieg von 1834 bis 1844 die Arbeiterzahl in den Berliner Maschinenfabriken von 72(!) auf 1002. Im Jahre 1861 waren es schon 5300. Das Patentwesen lag in Preußen und in den übrigen deutschen Staaten vollkommen darnieder. Die Erfinder mußten als Bittsteller kommen und hatten nicht einmal ein Beschwerdeverfahren gegen die sinnlosen Äußerungen der Prüfungsbehörde zur Verfügung. So kam es, daß die besten Köpfe in Deutschland auf den Patentschutz verzichteten und daß die deutsche Industrie bis zum Patentgesetz im Jahre 1877 immer mehr hinter England und Amerika zurückblieb. Lewert war der erste, der die Bedeutung des Morseapparates erkannte. Zunächst war er durch die Ablehnung des Patentschutzes schwer geschädigt, aber er setzte sich allmählich doch durch. Siemens, der sich in einer Broschüre gegen die Mißstände in der preußischen Telegraphie auflehnte, erreichte nur, daß ihm die Staatsaufträge entzogen wurden. Das kam allerdings dem Betriebe von Lewert zugute. Es würde zu weit führen, hier der Geschichte der Firma noch mehr Raum zu gönnen, so aufschlußreich dies auch für den Leser wäre. 1880 gründete Carl Lorenz seine Werkstätte (mit einem Gehilfen). Das bescheidene Unternehmen wuchs und beschäftigte nach zwei Jahren bereits 15 Arbeiter. 1898 hatte die Firm schon 2000 Angestellte. In diesem Jahre wurde die erste Schreibmaschine angeschafft. Das klingt heute fast unglaublich.

Der über 500 Seiten starke Prachtband enthält auch sonst des Wissenswerten und Schönen genug. Den Druck, auch der farbigen Tafeln, besorgte Förster & Borries, Zwickau, in vorbildlicher Weise. Auch die Tiefdruckbeilagen (von Carl Sabo) verdienen die größte Anerkennung.

*Neue Flaggentafel. Nationalflaggen, Schiffsflaggen, Reedereiflaggen.* Verlag: Bonner Fahnenfabrik in Bonn. Die Flaggen aller Staaten der Erde (so behauptet wenigstens das Begleitschreiben) auf einer Tafel vereinigt, oben und unten mit einer schwarzen Leiste eingefast, zum Aufhängen eingerichtet. In den letzten Jahren haben viele Staaten ihre Flaggenfarben verändert und neue Staaten sind mit neuen Flaggen hinzugekommen. Es ist manchmal gar nicht einfach, sich durchzufinden.