

Wirbt der „Bund Deutscher Verkehrsverbände und Bäder“ für den innerdeutschen Reiseverkehr, so ist die Werbung für Deutschland im Ausland der hier sehr gut bewährten „Reichsbahnzentrale für den deutschen Reiseverkehr“ verblieben, die in New York, London, Paris, Rom und Rotterdam eigene Werbebüros und in den übrigen Hauptstädten Vertretungen unterhält und von ihnen aus systematische Werbung betreibt.

Unterstützt werden soll die Werbung im In- und besonders im Ausland durch eine neue repräsentative Zeitschrift „Deutschland“, die außer in der deutschen Ausgabe noch in verschiedenen Fremdsprachen vom Reichsausschuß herausgegeben werden soll. Auch an ein Deutschlandplakat und einen Deutschlandfilm ist gedacht.

Es ist zu hoffen und dringend zu wünschen, daß die jetzt zentralisierte Werbung im Verein mit dem Ausbau der Verkehrsmittel und mit dem Verständnis und der Förderung, die die amtlichen Stellen jetzt dem Reiseverkehr entgegenbringen, ihm einen neuen Aufschwung geben wird. Diese Förderung wird höchstwahrscheinlich auch zu einem die Grundlagen regelnden Reichsfremdenverkehrsgesetz führen. Man kann erwarten, daß in diesem Gesetz nun endlich auch einheitliche Normen für die Fremdenverkehrsstatistik aufgestellt werden, die wegen ihrer verschiedenen Handhabung in den einzelnen Reichsteilen und aus manchen anderen Gründen heute eine Reihe von Fehlerquellen aufweist, deren Reform unumgänglich notwendig ist, um zu einer Erfolgskontrolle der Fremdenverkehrswerbung zu gelangen.

MARKTANALITISCHES ARCHIV

DIE BEVÖLKERUNGSBEWEGUNG IM DEUTSCHEN REICH IM ZEITRAUM 1925-1933
Durch einen Vergleich der Volkszählungsergebnisse der Jahre 1925 und 1933 hat das Statistische Reichsamt unter Berücksichtigung der natürlichen Bevölkerungsbewegung (Geburtenüberschuß) festgestellt, daß in diesem Zeitabschnitt 263 961 Menschen aus dem Deutschen Reich mehr als eingewandert sind. Es ist gerade für den Marktanalytiker von größtem Interesse, zu erfahren, wie sich in den einzelnen Gebietsteilen des Reiches die Bevölkerungsbewegung durch Geburten- oder Sterbeüberschüsse einerseits, durch Wanderungsgewinn oder -verlust andererseits gestaltet hat. Wir bringen daher nachstehend diese Zahlen in den Einzelheiten.

Der Weg zum Erfolg
führt über das Plakat!

Plakate

sind die Schaufenster
des Unternehmers und
wichtigstes Mittel zur
Beeinflussung der breiten Masse

Darum immer wieder

Plakatanschlag

Höchste Wirkung
bieten wir in unseren
280 Städten und Gemeinden,
denn an jedem Platz
steht ein vorzüglich
ausgebautes Anschlagnetz
zu Ihrer Verfügung

STÄDTE-REKLAME

Deutschlands
größtes Plakatanschlag-Unternehmen

Zentrale: Frankfurt a. Main
Börsenplatz 11 Fernruf: 23747-49

EIGENE GESCHÄFTSSTELLEN:

Altona, Berlin, Bochum, Braunschweig,
Bremen, Danzig, Essen, Gelsenkirchen,
Gera, Gladbach-Rheydt, Kassel,
Königsberg, Krefeld, Mainz, München,
Münster i. Westfalen, Zwickau i. Sachs.