

„Außenwerbung und Wettbewerb — Ein Führer durch das neue Recht“ tut. (Berlin 1934, Verlag Franz Vahlen, 77 Seiten, Preis 2,50 RM.) Diese Broschüre ist in der Hauptsache eine Erläuterung zur 9. Bekanntmachung des Werberats über „Außenanschlag“, bringt aber auch kurze Darstellungen und Gesetzestexte des übrigen Werberechts.

Auch einige neue Zeitschriften für das Werbe- und Wirtschaftsleben sind — trotz der Gründungssperre — erschienen. So gibt die Ala Anzeigen A.-G. einen „Ala Nachrichten- und Beratungsdienst“ heraus, der in unregelmäßigen Abständen erscheinen und Nachrichten über das Werbe- und Zeitungswesen bringen soll. Die Blätter sind besonders dadurch wichtig und wertvoll, daß sie laufend Statistiken über die Auflagenhöhe der deutschen Tageszeitungen und Zeitschriften bringen mit der Angabe über die Anzahl der an ständige Bezieher gelieferten und der im Einzelhandel verkauften Stücke.

Neu ist auch die Monatszeitschrift „Der Markenartikel“, Zeitschrift zur Förderung der Qualitätsware, Herausgeber Joseph Leidgens und Dr. Hans Lutz (Merkur-Verlag, Berlin, Auflage 5000). Sie ist aus der Zeitschrift „Parfümerie-Handel“ hervorgegangen, will sich aber in Zukunft offenbar nicht auf diese Branche beschränken, sondern behandelt allgemeine Probleme des Markenartikels, der Werbung und des Wettbewerbs. Der Gedanke, sich für den Markenartikel auf diese Weise einzusetzen, ist gut; er würde werbekräftiger zum Ausdruck kommen, wenn man der Zeitschrift eine schönere graphische Ausstattung und werblichere Form gegeben hätte.

Man hätte sich da ein Beispiel nehmen können an der Zeitschrift „Die neue Wirtschaft“, die, herausgegeben von Dr. Th. A. v. Renteln, jetzt im 2. Jahrgang als Monatsschrift erscheint. (Verlag „Die neue Wirtschaft“, Berlin, Auflage 46000.) Sie bringt in geschmackvoller Aufmachung einen gediegenen Inhalt und wird in dieser Form auch solche Kreise für wirtschaftliche Probleme zu interessieren wissen, die ihnen sonst vielleicht aus



dem Wege gehen. Alle Fragen der Wirtschaftspolitik werden von berufenen Fachleuten erörtert: Binnen- und Außenhandel, Handwerk und Industrie, Währung und Kredit, Siedlung und Verkehr usw. Auf einige hier besonders interessierende Aufsätze sei hingewiesen: in Heft 1 auf „Die Eigentumsverteilung in den deutschen Wirtschaftsgebieten“ (Dr. Werner) und „Die Bedeutung der Massenkaukraft für das Gaststättengewerbe“ (H. Goerke), Heft 2: „Läßt sich die Konjunktorentwicklung berechnen?“ (Dr. Seesemann) und „Das Kaufkraft-Volumen“ (W. Stauß), Heft 7: über die Eigentumsentwicklung in Deutschland und den USA. (Dr. Werner), schließlich auf die in jedem Heft unter dem Titel „Was hat Hitler getan“ erscheinende sehr ausführliche Chronik wirtschaftlicher Ereignisse, auf die regelmäßige Statistik der Wirtschaftslage und die Bücherschau.