

vielfach, namentlich bei der Masse der niedrigen Einkommen, an der Grenze der Einkommensverwendung liegen, die bei sinkendem Einkommen nicht mehr, bei steigendem Einkommen schon wieder ermöglicht werden kann. Die Wertumsätze der Schuhgeschäfte und das Einkommen aus Lohn und Gehalt haben sich denn auch in den letzten Jahren nahezu völlig gleichlaufend entwickelt; sie gingen von 1929 bis 1932 um rund 40 Proz. bzw. rund 42 Proz. zurück und haben sich seitdem (bis Mitte 1934) um rund 14 Proz. erhöht.

Die Schwankungen in den wertmäßigen Umsätzen sind jedoch durch Preisnachlässe und Qualitätsumschichtungen teilweise ausgeglichen worden, so daß der mengenmäßige Verbrauch weniger stark schwankt. Die Einzelhandelspreise haben sich, gemessen an der Gruppe Schuhe und Besohlung der Reichsindexziffer für die Lebenshaltung von 1929 bis 1932 um rund 33 Proz. ermäßigt; dementsprechend sanken die Umsätze der Menge nach im gleichen Zeitraum nur um rund 15 Proz.; im Jahre 1934 haben

sie mit rund 98 Proz. (1928 = 100) den Stand von 1929 wieder erreicht. Im Verlauf der beiden Jahre des Wirtschaftsaufschwungs ist der Schuhabsatz somit verhältnismäßig rasch gestiegen. Preiserhöhungen sind aber kaum eingetreten. Gerade dies Moment kann auch für die zukünftige Absatzentwicklung von Bedeutung sein und den Schuhverbrauch weiter konjunkturell fördern. Darüber hinaus besteht nach wie vor die Möglichkeit einer strukturellen Ausweitung, für die eine Zeit des Wirtschaftsaufschwungs besonders günstig sein dürfte."

Wer sich über die volkswirtschaftlichen Fragen der Leder- und Schuhindustrie eingehender informieren will, sei außer auf die bereits genannten Veröffentlichungen noch auf folgende Aufsätze verwiesen: „Die deutsche Leder- und Schuhwirtschaft“ (in „Die deutsche Volkswirtschaft“, 1935, Nr. 19), „Zwischenbilanz der Lederkonjunktur“ (in „Der deutsche Volkswirt“, 1935, Nr. 37) und Dr. O. Suhr: „Die Struktur der deutschen Lederindustrie“ (in „Der deutsche Volkswirt“, 1935, Nr. 39).

B E S P R E C H U N G E N

Im Hans-Bott-Verlag in Berlin-Tempelhof sind eine Reihe von Broschüren für den Kaufmann erschienen, von denen sich einige mit Fragen der Werbung beschäftigen. Dr. Alfred Mann schreibt über „Psychologisch richtig werben“ (38 Seiten), Max Büttner über den „Guten Prospekt“ (36 Seiten), Gustav Adolf Bischoff eine „Kleine Verkaufsberatung in großen Zügen“ (32 Seiten). „In großen Zügen“ sind alle diese Probleme hier nur behandelt, wie ja schon aus den Seitenzahlangaben erkenntlich ist. Es sind also keine grundlegende „Systeme“, die hier zur Darstellung gebracht werden, sondern Erfahrungen, die zum Selberdenken und zum Weiterarbeiten anregen sollen. Das gleiche Ziel, nur inhaltlich viel umfassender, setzt sich ein Handbuch desselben Verlages. Es heißt „Technik der geistigen Arbeit“, wurde herausgegeben von Eduard Weitsch und ist in 15 selbständigen Lieferungen erschienen. Die Bändchen, jeweils etwa 16 Seiten stark, führen von der Technik des Materialsammelns und -ordnens, des Nachschlagens, der Statistik, der Büchereibenutzung über die schon schwierigeren des Bücherlesens, des Vortragshörens, der Menschenkenntnis zur Technik der Rede, des Verhandeln, des Vertragsabschlusses, schließlich bis zur Kunst des Beweisens, zur Technik der wissenschaftlichen Arbeit und zu den Wegen zum Kunstverständnis. Auch dies Sammelwerk will kein „Lehrbuch“ sein, sondern es will Ratschläge geben und die Augen öffnen. Es will gleichermaßen der Praxis der geistigen Arbeit dienen und dem Praktiker Verständnis erwecken für die geistige Seite des Lebens. Mitarbeiter an dem Handbuch sind Franz Angermann, Heinrich Lotze, Adolf Waas, Eduard Weitsch, Rudolf Zorn und Alfred Mann.

Rechtsanwalt Dr. jur. Hans Culemann-Düsseldorf legt Erläuterungen zu den letzten Bekanntmachungen des

Werberats vor. Die Ausführungen über die 10. und 11. Bekanntmachung vom 20. Oktober 1934 sind in „Ruhr und Rhein“ (Heft 45 vom 9. November 1934) als Aufsatz veröffentlicht und auch als Sonderdruck (14 Seiten) gemeinsam mit dem Wortlaut der Bekanntmachungen erschienen. Die 12. und 13. Bekanntmachung vom 30. März und 16. April 1935 (betr. Reklameschilder und Pachtverträge über Bogenanschlag bzw. das Anzeigenwesen) werden in einer Sonderschrift kommentiert, die im Verlag Johann Dobler, Düsseldorf, erschienen ist. Dieses Bändchen (73 Seiten) enthält außer diesen beiden Kommentaren noch zwei sehr wichtige zusammenfassende Darstellungen der Rechtslage beim Entfernen und Anbringen von Schildanschlägen (Reklameschildern) und der rechtlichen Bestimmungen betr. redaktionelle Hinweise in Zeitungen und Zeitschriften.

Die Schriftleitung des „Wirtschaftsblattes der Industrie- und Handelskammer zu Berlin“ hat als Heft 16 des Jahrgangs 1935 ein Sonderheft über den „Wirtschaftsbezirk Berlin-Brandenburg“ herausgebracht. Das Heft bringt außer grundsätzlichen Beiträgen von Schacht, Frick, Lippert, Sahm, Goerdeler, Köhler, Hecker, Reinhart und anderen Darstellungen einzelner Wirtschaftszweige des Bezirks, so z. B. der Industrie (Hans Pahl), des Einzelhandels (Tengelmann), der Banken (O. Chr. Fischer), der Börse (Michalke), des Versicherungswesens (Hildegard), der Energiewirtschaft (Krecke), des Handwerks (Lohmann), der Wasserstraßen (v. Both) usw. Den Marktanalytiker werden folgende Aufsätze besonders interessieren: Dr. Vielmetter: Aus dem Wirtschaftsleben Groß-Berlins, A. Hennecke: Standorte und Struktur der Industrie im Regierungsbezirk Potsdam, Th. Paetsch: Struktur und Absatzlage des Bezirks Frankfurt a. d. O. und der Neumark, Joh. Engel: Der