



Der Fachhandel führt diese Radiergummi seit Jahren!

Gummiwaren-Fabrik »Hansa« Böcker & Basch K.G., Hannover

Spezialanstalt für
**Galvanos
 Matern
 Stereos**

BLEIPRÄGEGALVANOS
 VERNICKLUNG V. KLISCHEES
 STARKE KUPFERSCHICHT
 TIEFE PRÄGEMATERN

Joh. Hartleib Klischee
 Fabrik
 Berlin SW 19 · Alte Jakobstr. 78a · Tel: 161776

Mädchenkleidung auf; in diesem Zweige gingen nicht etwa bei absolut gleichbleibendem Reklameaufwand die Umsätze zurück, sondern im Gegenteil blieben die Umsätze absolut gleich, die Reklameaufwendungen wurden jedoch um 50 % gesteigert.

Die Forschungsstelle für den Handel will in einer weiteren Veröffentlichung der Darstellung der Tatsachen eine Untersuchung der Ursachen für die Entstehung und die Höhe der Kosten und für ihre Veränderungen folgen lassen. Es soll dann z. B. auch geprüft werden, „inwieweit die Vermehrung der Reklameaufwände des Handels mit Damen- und Mädchenkleidung und die Steigerung anderer Kosten aus betriebswirtschaftlichen Maßnahmen zu erklären sind, mit denen dieser Handelszweig im Jahre 1935 die in anderen, ihm nahestehenden Zweigen eintretenden Rückschläge jenes Jahres vielleicht abzuwehren suchte. Daneben ist zu prüfen, wie in den letzten Jahren die Preise von Werbemitteln (besonders von Inseraten, Anschlägen an Säulen und von Katalogen) verändert worden sind.“ Man darf von dieser angekündigten Arbeit also auch für die Frage der Reklamekosten weitere wichtige Aufklärungen erwarten.

ANREGUNGEN UND BERICHTE ZUR ABSATZFORSCHUNG

Neue Wege in der Absatzwirtschaft. Heft 4 der Schriftenreihe „Absatzwirtschaft“. Berlin, 1937, Deutscher Betriebswirte-Verlag, G. m. b. H., 100 Seiten, Preis 3 Mark. Die Schrift ist eine Veröffentlichung der Vorträge, die auf dem 2. Deutschen Betriebswirtschaftertag gehalten wurden, soweit sie sich mit Fragen der Absatzwirtschaft, der Werbung und der Verbrauchsforschung befaßten. Sie bezweckt, die Zusammenarbeit von Wirtschaftslehre und Wirtschaftspraxis auf diesem wichtigen betriebswirtschaftlichen Gebiet zu fördern. Es handelt sich — der Entstehung des Buches entsprechend — nicht um eine systematische Darstellung, sondern um die Wiedergabe von Anregungen und Erfahrungen führender Männer der Wissenschaft und der Praxis. Nicht alles ist, wie der Titel es verspricht, dabei neu. Neu und wesentlich ist jedoch die betonte Blickrichtung auf die in den Betriebswissenschaften bisher recht stiefmütterlich behandelten Probleme des Absatzes. Mit Beiträgen beteiligt sind Prof. Vershofen, Dr. Schäfer und Dr. Bergler vom Nürnberger Institut für Wirtschaftsbeobachtung, R. Künzler, Dr. Tiburtius, Dr. Jacobs, R. Krause, K. Ahrens und Dr. Schnutenhaus.

Dr. Edgar Schley: „Scheinwerfer auf den Kraftfahrzeug-Absatz“. Marktbeobachtung und Betriebsvergleich im Kraftfahrzeughandel und -gewerbe. Halle (Saale), 1936, Verlag von Wilhelm Knapp, 152 Seiten. Auf Grund einer mehrjährigen Tätigkeit beim jetzigen „Reichsfachverband des Kraftfahrzeughandels und -gewerbes“ schildert Dr. Schley die Praxis der Marktbeobachtung dieser Organisation. Das Kraftfahrzeuggewerbe gehört zu den Wirtschaftszweigen, für die durch umfangreiches und einwandfreies amtliches und privates Zahlenmaterial seit langem die Möglichkeit einer genauen Beobachtung und Kontrolle des Marktes gegeben ist. Es ist nun reizvoll zu erfahren, daß diese Unterlagen nicht allein von den industriellen Firmen für ihre Marktanalysen ausgewertet werden, sondern in umfassender Weise auch von der Berufsorganisation des Fachhandels. (Der Zusatz „Gewerbe“ ist irreführend, da es sich hier nicht um die Automobilindustrie handelt, sondern ausschließlich um die Nebengewerbe.) Nur für sehr wenige andere Warenzweige wird der Markt so weitgehend statistisch „durchleuchtbar“ sein wie für die Kraftwagen, daher werden sich die Marktbeobachtungsmethoden und ihre Durchführung leider nicht verallgemeinern lassen. Dennoch wird die Darstellung auch den Marktanalytikern anderer Wirtschaftszweige manchen Hinweis geben. Der Betriebsvergleich, dessen Methodik und Praxis ebenfalls geschildert werden, kann noch nicht die lange Erprobung für sich sprechen lassen wie die Marktbeobachtung. Gerade im Kraftfahrzeughandel ist er zudem mit vielen Schwierigkeiten verbunden, so daß hier noch manche Verbesserungen nötig sein werden, um durch ihn zu verwertbaren Erkenntnissen zu kommen. Das Buch ist im ganzen eine überzeugende Werbung für die Anwendung betriebswissenschaftlicher Beobachtungsmethoden auf dem Gebiet des Warenabsatzes.

„Die Stimme des Verbrauchers“. Herausgegeben von der Gesellschaft für Konsumforschung e. V., Berlin. Die von

Kraftdroschken-Reklame
 IN ALLEN STÄDTEN DES REICHES

TAUENTZIEN-VERLAG u. PROPAGANDA G.M.B.H. Abtl. Kraftdroschken Reklame · BERLIN W 50. TAUENTZIENSTR. 15. TEL. B 4.951 b