Untersuchungen bedürften: Daß für die Verbreitung der Rundfunkapparate die technische Lösung des Problems die bestimmende Ursache war, ist einleuchtend. Daß die allgemeine Verbreitung kolonialer Rohstoffe und Genußmittel, wie etwa des Kautschuks und des Kaffees, vor allem der wirtschaftlichen Entwicklung, dem zunehmenden Austausch, den Verkehrsbeziehungen zu verdanken ist, braucht ebenfalls nicht weiter ausgeführt zu werden. Andere Verbrauchswandlungen lassen sich rationell wohl überhaupt nicht oder wenigstens nicht restlos erklären, sie sind rein "modebestimmt"; man denke etwa an das Aufkommen und Verschwinden des Korsetts, der Haarnadeln, der Strohhüte usw. Zivilisatorische Entwicklungen spielen sicherlich die Hauptrolle bei allen hygienischen Bedarfsgegenständen von der Seife bis zum Gymnastikund Sportgerät. Für die Verbrauchsbeeinflussung durch staatlich-politische Maßnahmen finden wir Beispiele ebenso in den merkantilen Anordnungen mittelalterlicher Stadträte wie neuzeitlicherer absoluter Herrscher, wie schließlich auch in der Verbrauchslenkung auf dem Gebiete des Nahrungs- und Rohstoffverbrauchs in allerjüngster Zeit. Man ist fast versucht, diesen verschiedenartigen wichtigen Bestimmungsgründen gegenüber die Rolle der Werbung als sekundär anzusehen, da sie in den meisten Fällen ihre Entwicklung wohl unterstützt, aber nicht geführt hat. Ausnahmen (namentlich auf dem Gebiete der Hygiene und des Nahrungs- und Genußmittelkonsums) bestätigen die Regel. Die bescheidenste Rolle fällt in allen diesen Fällen offenbar dem Verbraucher selbst zu, der meist mehr Objekt des Verbrauchswandels und der Entwicklung eher hilflos ausgesetzt zu sein scheint. Doch auch hier mag der Schein trügen. Jedenfalls wird es eine Aufgabe der Verbrauchsforschung sein, hier die Zusammenhänge zu durchleuchten und Klarheit zu vermitteln. Aus all diesen Forschungen wird die vierte Untersuchungsreihe dann zusammenfassend festzustellen haben, in welcher Weise eine praktische Verbrauchslenkung mög-

## BESPRECHUNGEN

ist eine Hauptaufgabe der Verbrauchsforschung.

lich und zweckmäßig ist. Die Möglichkeiten der Lenkung und Beeinflussung des Verbrauchs sind sehr mannigfaltig und reichen von unmittelbarem Zwang über die Regelung der Produktion über die Beeinflussung der Preise und der Einkommen bis zur Propaganda und Werbung. Diese Möglichkeiten und ihre Begrenzung klarzustellen,

Millionen Kunden . . . Deutsche Reichs-Postreklame GmbH., Berlin. Wie vielgestaltig die Reichs-Postreklame ist, erfährt man durch den Inhalt dieses Mäppchens: Lichtbild im Postamt, das farbige Leuchtplakat, Wandflächen-Bemalung, Werbung auf Telegramm-Umschlägen, Werbung im Fernsprecher-Verzeichnis, Werbung auf Zahlplatten, Schreibpulten, Postscheckkontoauszügen, Briefumschlägen und Briefstempeln. Preise und Vorzüge der einzelnen Werbungsarten werden auf den Werbeblättern mitgeteilt, die zum Teil recht suggestive Umschläge aufweisen wie "Man muß es verstehen . " und "telegramme".

Zweijahresmappe der Meisterschule für das graphische Gewerbe zu Leipzig. Aus dem begleitenden Text: "Die vorliegende Zweijahresmappe ... umfaßt Satzund Druckarbeiten ... aus vier Semestern. Zur gerechten Beurteilung der Arbeiten erscheint es uns wichtig, einige Zahlen mitzuteilen. Die Werkstätten sind in der Regel mit 60 Meisterschülern belegt. Unsere Studierenden haben jedoch ganz andere Arbeiten zu erfüllen als die Schüler einer Kunstgewerbeschule. Die





