

Die psychologische Seite der Verbrauchsforschung von Hanns F. J. Kropff, Lehrer an der Hochschule für Welthandel in Wien, erschienen im Verlag von Felix Meiner in Leipzig, 192 Seiten, steif kartoniert 9 RM. Der Verfasser sagt, daß der Verbraucher in seiner Irrationalität — ein herrliches Fremdwort für Vernunftwidrigkeit — der namenlose, aber wirkliche Herrscher über den Markt und den Verbrauch ist. Von seinem Standpunkt aus wird das ganze Gebiet des Marktes betrachtet, methodisch und systematisch aufgegliedert. Es ist das erste Buch in Deutschland, welches die Psychologie in der Marktforschung anwendet und die gewonnenen wissenschaftlichen Grundsätze durch zahlreiche Fälle aus der Praxis beweist. Sein Ziel ist es, einer Entwicklung der deutschen angewandten Psychologie den Weg bahnen zu helfen, um damit der Absatzwirtschaft die Verbesserung ihrer bisherigen Erfolge zu verschaffen. Die nachfolgenden Kapitelüberschriften geben uns einen Einblick in den reichen Inhalt dieses auf gewissenhaften Beobachtungen und den sich daraus ergebenden Folgerungen aufgebauten Buches. „Was denkt und fühlt der Mensch vor dem Kauf?“, „Das Planen der Forschung“, „Das deutsche Verfahren der Befragung“, „Die Entwicklung und Gestaltung der Fragen vom psychologischen Standpunkt“, „Die richtige Gruppierung der Antworten“ und „Das Deuten der Ergebnisse und das Ziehen der Schlüsse“. Alles in allem ein Werk, das eine Vertiefung der Kenntnisse von den erfolgversprechenden Wegen in der Werbung anbahnt und die Beachtung aller daran interessierter Kreise verdient.

Georg Wagner

Der Zeitungs-Katalog 1941, herausgegeben vom Reichsverband der deutschen Werbungsmitler, Berlin W 9, Potsdamer Straße 20, ist die glückliche Wiederaufnahme des im Jahre 1939 letztmalig erschienenen Kataloges, und es ist zu begrüßen, daß alle an der deutschen Wirtschaftswerbung interessierten Kreise nun den vertrauten und bewährten Ratgeber für das werblich so wichtigste Gebiet der Anzeige wieder zur Verfügung haben. Dies war um so mehr notwendig, als inzwischen tiefgreifende Veränderungen nach Beendigung der Feldzüge in Polen und Frankreich viele Umstellungen notwendig

machten und alle Beteiligten vor z. T. schwierige neue Aufgaben stellten. Die im Elsaß mit dem zum neuen Gau Westmark gehörigen Lothringen, in Luxemburg, in Danzig-Westpreußen und im Wartheland erscheinenden Druckschriften sind ebenso aufzufinden wie die deutschen Zeitungen in den besetzten Gebieten, im Generalgouvernement und im Protektorat Böhmen und Mähren. Der über 200 Seiten starke Anzeigenteil, der von Zeitungen und Zeitschriften für deren Eigenwerbung benutzt wird, macht etwas nachdenklich, denn alle dankenswerten Bemühungen vieler Verleger, den Gesamteindruck der Anzeigenseiten einheitlicher zu gestalten und geschmacklich zu bessern, scheinen, selbst an dieser Stelle, die hätte beispielgebend sein können, nicht von sichtbarem Erfolg begleitet gewesen zu sein. Georg Wagner

Die Festschrift „50 Jahre Gebrüder Schiel A.-G.“, Seidenfabriken in Wien-Römerstadt, Mährisch-Schönberg und Alt-Dietmanns im Waldviertel, ist ein vorbildliches Beispiel für eine alle Empfänger erfreuende und den Werbezweck nur durch den damit gegebenen Leistungsnachweis andeutenden Jubiläums-Drucksache. Trotzdem der ganz einfach mit einer blindgeprägten Vignette geschmückte Umschlag des im quadratischen Format von ungefähr 28 Zentimeter Seitenlänge gedruckten Heftes nur 24 Seiten enthält, ist auf seinen textlichen und illustrativen Inhalt sowie auf seine drucktechnische Gestaltung eine bemerkens- und aner kennenswerte Sorgfalt verwandt worden. Die kurzgehaltene Beschreibung der Entwicklung der heute zu den bedeutendsten Unternehmungen der Seidenweberei gehörigen Firma ist in einer klaren Antiqua auf schönem gehämmerten Faserpapier gedruckt, die nur aufgelockert wird von sich nicht aufdrängenden, in einem dunklen Zinnoberrot gehaltenen Vignetten, die von Josef Stastny gezeichnet sind. Besondere Anerkennung verdienen aber die so schwierigen Darstellungen der verschiedenartigen Arbeitsvorgänge mit ihren komplizierten Maschinen für den gesamten Färberei- und Webereibetrieb in Aquarellmanier aus der Hand von Hans Strohofer, dem es trotz gewissenhafter Wiedergabe der diffizilen Einzelteile doch gelungen ist, diese graphisch und koloristisch schwierigen Motive zu anziehenden Blättern zu gestalten. Dem Namen

HANNOVER

Kurier Tageblatt

Jetzt Hannovers einzige Großauflage Morgenzeitung