

Der Valuta-Ausgleich gemäß § 4 stellt in Prozenten abgerundet den Unterschied zwischen den höchsten Tageskursen der vergangenen Woche und den für das betreffende Land festgesetzten Umrechnungskursen dar.

Er ist beim Verkauf an Buchhändler und Wiederverkäufer des Auslands auf die deutschen Nettopreise, bei Verkäufen an das Publikum im Auslande auf die deutschen Ladenpreise aufzuschlagen. Weiterenfalls tritt zu der Endsumme gemäß § 6 noch der Teuerungszuschlag von 20 % hinzu.

Zur Papiernot.

Von Hans Petersen.

Es gibt drei Möglichkeiten, aus der Papiernot herauszukommen:

1. Wir lassen alles gehen, wie es geht. Der Preis für das Druckpapier wird dann in wenigen Jahren so hoch sein, daß das Buch noch mehr als jetzt zu den Luxusgegenständen gehört, die sich nur die sehr Wohlhabenden leisten können. Wenn ein Reclamheft 10 oder 20 M kostet, geht der Absatz natürlich ganz bedeutend zurück; denn das Einkommen des weitaus größten Teils der Bevölkerung steigt nicht entsprechend den ständig wachsenden Kosten für den Lebensunterhalt. Wir kommen dann auf diese Weise zu einem Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage. Die Fortführung einer großen Anzahl Verlags- und Sortimentsbuchhandlungen wird unter diesen Umständen natürlich unmöglich.

2. Wir müssen die Produktion heben. Diese Möglichkeit hängt nur in beschränktem Maße von uns ab; denn die Papierproduktion ist in der Hauptsache eine Kohlenfrage. Nach einer kürzlichen Mitteilung des Reichskommissars für die Kohlenverteilung ist »die Versorgung der Papierfabriken mit Kohlen trostlos und mit einer Besserung in der nächsten Zeit auch nicht zu rechnen«. Meiner Meinung nach werden wir mit einer ins Gewicht fallenden Besserung der Kohlenversorgung überhaupt nicht rechnen können. Solange der Friedensvertrag von Versailles in Kraft ist — und vorläufig besteht nicht die geringste Aussicht, ihn zu mildern —, steht uns nur ein Drittel der Friedenskohlenmenge zur Verfügung. Wie soll es möglich sein, mit dieser Kohlenmenge unsere Industrie so fortzuführen, wie es vor dem Kriege der Fall war? Es mag möglich sein, die Kohlenförderung zu heben, gewiß! Sie aber so gewaltig zu verbessern, daß der Industrie wieder jede gewünschte Kohlenmenge zur Verfügung steht, ist doch wohl völlig ausgeschlossen.

3. Wir müssen den Papierverbrauch so regeln, daß, trotz der gewaltig gesunkenen Produktion, Angebot und Nachfrage sich einigermaßen ausgleichen. Die »Wirtschaftsstelle für das deutsche Zeitungsgewerbe« hat es nicht verstanden, diesen Ausgleich durchzuführen. Sie hat immer viel mehr Papier bewilligt, als die Fabriken liefern konnten. Wir haben es bei dieser Methode jetzt glücklich auf den 12fachen Friedenspreis gebracht. Wenn wir die Augen zumachen und so »weiterwursteln«, werden wir sicher noch Verschiedenes erleben.

Wollen wir dagegen einen allmählichen Abbau der Preise erreichen, so müssen wir unsere gesamte Industrie so umstellen, daß von dem Rest der uns gebliebenen Kohlen und Rohstoffen der denkbar günstigste Gebrauch zum Nutzen der Allgemeinheit gemacht wird. Wir müssen also den Papierverbrauchern, die von dem Papier den für die Allgemeinheit ungünstigsten Gebrauch gemacht haben, den Brotkorb höher hängen. Die Leute nun, die mit dem Papier nach wie vor geradezu wüsten, sind die deutschen Zeitungsverleger. Ich will im Nachfolgenden an einigen Beispielen beweisen, in welcher sinnloser Weise mit dem für uns Buch- und Zeitschriftenverleger so wichtigen Papier seitens der Zeitungsverleger gewirtschaftet wird.

Angenommen, Frau Schulze sucht ein »Mädchen für Alles«. Zu diesem Zwecke gibt sie eine Anzeige in der gelesensten Zeitung der Stadt — Auflage, sagen wir: 150 000 — auf. Es melden sich auf diese Anzeige hin 3 Mädchen (viel gerechnet!). Die Anzeige ist also 149 997mal umsonst gedruckt worden. Sie ist 149 997 Personen ins Haus geschickt worden, die nicht das geringste Interesse daran haben, daß Frau Schulze ein Mädchen

sucht. Junggesellen, junge Eheleute, biedere Schlächtermeister, alte Jungfern, sie alle erhalten diese Anzeige mit ihrer Zeitung zugesandt, ob sie wollen oder nicht. Nun sind in derselben Zeitung noch mehr Anzeigen von Hausfrauen, die ein Mädchen suchen. Sagen wir, wenig gerechnet, noch 19, das wären also zusammen 20 Anzeigen. In ganz Deutschland gäbe es, nehmen wir ferner an, nur 200 Zeitungen, die derartige Anzeigen in größerer Anzahl veröffentlichen. Das würde also 4000 Anzeigen täglich, bei einer durchschnittlichen Auflage von nur 50 000 demnach 200 Millionen gedruckte Anzeigen täglich ausmachen.

Nehmen wir nun ferner an, 50 Anzeigen wögen 1 Gramm, so brauchten wir 4000 kg Druckpapier täglich, oder, 300 Werktage gerechnet,

1 200 000 kg Druckpapier jährlich,
nur um den Hausfrauen, die Dienstmädchen suchen, solche zu verschaffen.

Welche Papierverschwendung! Welche Kohlenmengen, welche ungeheure Summe deutschen Volksvermögens, welche Mühe und Arbeit ließen sich ersparen, wenn die Hausfrauen gezwungen wären, derartige Gesuche einem örtlichen Zentralnachweis anzumelden, wo gleichzeitig die stellensuchenden Dienstmädchen ihre Adresse niederlegten!

Die Zeitungen enthalten aber noch andere Stellen-Anzeigen, so z. B. für Tippfräulein und Verkäuferinnen, für Handlungsgehilfen und Reisende, Anzeigen über Geschäfts- und Hausverkäufe, Wohnungs- und Heiratsgesuche und vieles mehr. Es ist wohl nicht zuviel gesagt, wenn ich behaupte, daß wir 5 oder 6 Millionen Kilogramm Druckpapier jährlich sparen, bzw. für nützlichere Zwecke verwenden könnten, wenn wir die bereits überall bestehenden Vermittlungsbüros, vielleicht unter städtischer Aufsicht, weiter ausbauten und dadurch die papierverschlingenden »kleinen Anzeigen« zum größten Teil überflüssig machen.

Das mit Bezug auf die Anzeigen des Arbeits- und Ehe-marktes, von Geschäfts- und Hausverkäufen, Wohnungsgesuchen usw. Gesagte läßt sich mit gleichem Recht auch auf viele andere Rubriken des Anzeigenteils unserer Tageszeitungen anwenden. Ganz besonders traurig und noch verurteilenswerter ist jedoch der Unfug, der mit denjenigen Anzeigen getrieben wird, die sich mit den Familienergebnissen unserer Mitbürger befassen. Ist es wirklich nötig, daß den 150 000 Lesern einer Großstadtzeitung mitgeteilt wird, daß Frau Lehmann ihrem Manne einen »strammen Jungen« geboren, oder »unser lieber Bub ein herziges, munteres Schwesterlein bekommen hat«? Soll sich wirklich die ganz Stadt darüber freuen (oder ärgern?), daß Fräulein Amanda Piepenbrink sich verlobt hat? Und erst die Todesanzeigen! Kürzlich enthielten zwei Nummern einer Berliner Zeitung nicht weniger als 10 verschiedene Anzeigen im Gesamtumfang von etwa einer ganzen Seite, die das Ableben eines bekannten Großindustriellen bekannt machten. Die Anzeigen, in denen auch das Bedauern über den Verlust dieses Mannes ausgedrückt wurde, rührten von der Familie, seiner Direktion, seiner Beamtschaft, den Aufsichtsräten verschiedener Gesellschaften, den Vorständen von Vereinen usw. her. Andere Länder, in denen das öffentliche Leben gewiß keine kleinere Rolle spielt als bei uns, wie England und Frankreich, kennen diese Art von Publizität überhaupt nicht. Der Tod des bedeutendsten Mannes, der geliebtesten Frau nimmt dort im Anzeigenteil den Raum von 2 oder 3 Zeilen ein. Wenn wir uns vor dem Kriege den Luxus dieses Zugeständnisses an unsere Eitelkeit leisten konnten, so ist es jetzt an der Zeit, im Interesse der Papierersparung auf einfachere Sitten zurückzukommen.