

225 Jahre Buchdruckerei des Waisenhauses Halle a. S. 28. Juni 1701—1926. Jubiläumsschrift. Gr. 8°, 43 S. u. 17 Taf. In Ganzleinen gebunden.

In dieser Jubiläumsschrift muß ein wertvoller Beitrag nicht nur zur Geschichte der Franckeschen Stiftungen in Halle, sondern überhaupt zur Geschichte des Buchdrucks erblickt werden. Jener erstaunliche Unternehmungsgeist, den der Theologe, Professor der orientalischen Sprachen, Pfarrer, Waisenvater, Jugend- und Lehrerbildner, Volksschriftsteller, Missionsfreund und Zeitungsverleger August Hermann Francke entfaltet, ist auch der Schöpfer einer Offizin gewesen, die, mit geringen Mitteln gegründet und aus kleinsten Verhältnissen emporgewachsen, heute einen technisch und organisatorisch auf voller Höhe stehenden Großbetrieb darstellt und von den werbenden Unternehmungen der Stiftungen an erster Stelle steht. Wie immer sind es auch hier die Persönlichkeiten, die an der Entwicklung des Unternehmens stärksten Anteil haben, so außer Francke dessen rechte Hand, der Theologe und Buchhändler Elers und eine Reihe von Nachfolgern, unter ihnen der unglückliche Hartmann, der von dem Stifter — ein Zeichen für dessen unerbittliche und vor Gewalttätigkeiten nicht zurückweichende Energie — wider seinen und seiner Familie Willen zum Druckerberuf gepreßt wurde. Sehr interessant sind die Mitteilungen über die Privilegienverhältnisse und die Widerstände, die das Unternehmen anfangs bei der künftigen Konkurrenz fand, obgleich notorisch die hallischen Drucker nicht imstande waren, ihre Druckaufträge zu bewältigen. Ihre Unpünktlichkeit und Unzuverlässigkeit mußten Francke geradezu zur Gründung der eigenen Druckerei gezwungen haben. Aber auch mit den Papierlieferanten mag er seine liebe Not gehabt haben, denn er ging noch weiter und erwarb vorübergehend die Cröllwitzer nahe bei Halle gelegene Papiermühle. Noch heute steht die Cröllwitzer Aktien-Papierfabrik zu den Franckeschen Stiftungen insofern im Erbpachtverhältnis, als sie einen jährlichen Pachtzins von 120 Thalern entrichtet.

Bis 1850 arbeitete die Druckerei noch mit drei deutschen Holzpressen und etwa fünf Setzern. Daneben waren in der in enger Verbindung mit ihr stehenden Cansteinschen Bibelanstalt drei Maschinen im Handbetrieb beschäftigt. Von diesem Zeitpunkt an verliert die Druckerei ihre Eigenschaft als Hausdruckerei und tritt durch Übernahme auch fremder Aufträge in die werbenden Unternehmungen der Franckeschen Stiftungen ein. 1859 wurde in der Bibelanstalt der Dampftrieb eingerichtet, während in der eigentlichen Druckerei immer noch der Handbetrieb obwaltete. In der Folge gestatteten aber die Erträge nicht nur die Anschaffung neuer Maschinen und von Schriftenmaterial, sondern auch die Ausführung kostspieliger Bauten. Bis 1876 standen Buchhandlung, Bibelanstalt und Druckerei unter einer Leitung. Es folgte nunmehr eine Teilung, wodurch die Druckerei selbständig wurde. Beide Druckereien verfügten damals über 13 Maschinen mit Dampftrieb und 90 Arbeiter. Im Jahre 1898, dem Jahre des 200jährigen Bestehens der Stiftungen, waren 13 Druckmaschinen und 6 Hilfsmaschinen in Benutzung. Der Personalbestand setzte sich aus 2 Faktoren, 2 Korrektoren, 1 Schreiber, 49 Setzern und 5 Setzerlehrlingen, 5 Druckern und 5 Druckerlehrlingen, 1 Buchbinder, 7 Arbeitern und 20 Mädchen zusammen. 1902 wurde ein mit Oberlicht versehener Maschinenaal eingerichtet und der elektrische Betrieb eingeführt. Das Gebäude erfuhr 1902 und 1909 eine Erweiterung durch umfassenden Anbau. 1913 werden 16 Maschinen, darunter 4 der Cansteinschen Bibelanstalt, gezählt. Der Personalbestand stieg auf 2 Faktoren, 1 Kontoristen, 2 Kontoristinnen, 59 Setzer und 8 Setzerlehrlinge, 16 Drucker und 5 Druckerlehrlinge, 4 Korrektoren, 12 Hilfsarbeiter, 28 Mädchen, 1 Buchbinder und 1 Stereotypen. Während und nach der Inflationszeit erfolgte eine durchgreifende Modernisierung und Erweiterung des Betriebs durch Anschaffung neuer Maschinen und eine Vergrößerung der Buchbinderei. 1924 wurde der Offsetdruck eingeführt und eine Setzmaschinenanlage geschaffen. Heute wird ein Personal von durchschnittlich 180 Köpfen in den Abteilungen Handschere, Linotype- und Monotype-Setzmaschinen, Stereotypie mit Vernickelungsanlage, Flachdruck (18 Maschinen), Rotationsdruck (1 variable Rotationsmaschine), Offsetdruck, Buchbinderei und Papierlager beschäftigt.

In dem Anhang finden wir einen der ersten Buchtitel aus der Buchdruckerei des Waisenhauses und eine eigenhändige Widmung August Hermann Franckes in Faksimile auf der Rückseite, ferner ein Porträt desselben und eine Reihe von Abbildungen der Setzer- und Maschinenäle sowie der Buchbinderei und des Papierlagers. Splendid in schöner Fraktur gedruckt und in blau Seinen mit Goldaufdruck geschmackvoll gebunden, ist die Jubiläumsschrift ein würdiges Zeugnis für die Leistungsfähigkeit ihrer Urheber.

Wie werde ich Reklame-Chef? Von Hanns Kropff. Wien: C. Barth Verlag 1926. 38 S. Mk. 1.20.

Hanns Kropff hat erst vor kurzem wieder bei der Durchführung der Elida-Reklame eine Probe seines überragenden Könnens gegeben. Er entwickelt ein Bild von Wissen und Stellung des idealen Reklamechefs, den er scharf gegen den »Leiter der Reklameabteilung« und den »Reklameberater« abgrenzt. Die Anforderungen, die Kropff stellt, sind mit Recht hoch. Sehr erfreulich ist die nüchterne, sachliche Einschätzung der Verbearbeitung, wenn er etwa sagt: »Die Erfahrung hat bewiesen, daß sich viel mehr brauchbare Werbefachleute aus den strebsamen, hart arbeitenden Kreisen entwickeln als aus denen, deren Geist Rakete sprüht, deren Feuer aber bei konsequenter Arbeit rasch erlahmt.«

Wir haben hier endlich einmal eine knappe klare Zusammenfassung aller Fachgebiete, in denen der Werbende zu Hause sein sollte, mit wertvollen Literaturhinweisen. Kein Propagandist darf versäumen, an Hand dieser kleinen billigen Schrift einmal eine Inventur der eigenen Kenntnisse vorzunehmen (— mancher wird zu seinem Erstaunen auch überzählige Lagerbestände entdecken, die er aber bisher sorgsam konserviert hat). Ich habe oben den Reklamechef, den Kropff vorstellt, den »idealen« genannt. Und das, weil nur wenige Unternehmen die Fähigkeiten eines solchen Reklamechefs voll ausnützen können. Aber man soll bekanntlich immer ein Idealbild zum Ziel des Strebens machen; Abstriche kommen ohne weiteres Zutun. Ich selbst habe ja vor kurzem versucht (s. Vbl. Nr. 117/118), den Umfang des Berufswissens eines Propagandisten in einer Literaturübersicht festzustellen, und freue mich, auf Schritt und Tritt Übereinstimmung in der vorliegenden Schrift zu finden, obgleich ich von den Bedürfnissen kleiner und mittlerer Betriebe, wie sie im Buchhandel vorhanden sind, ausging. Solche Übereinstimmung liegt z. B. vor, wenn Kropff schreibt: »Ich stehe auf dem Standpunkt, daß der Reklamechef die Anregungen für das Herausbringen neuer Waren ebenso geben muß wie die Fabrikation oder der Verkauf.«

Zur Ergänzung des reichhaltigen Literaturverzeichnis seien für eine zweite Auflage noch einige Wünsche genannt. So fehlt unter den graphischen Lehrbüchern der »große Unger« und Säuberlich, ferner ein Lehrbuch des Bindens, etwa Schröder. In der Abteilung Schaufenster vermiße ich das soeben in III. Aufl. erschienene Werk von Hahn, für die Rechtskunde wären Einzeltitel erwünscht, auch Hinweise auf das Verlagsrecht, sowie die landesrechtlichen Bestimmungen und Polizeiverordnungen (Heimatschutz). Reiche Angaben dieser Art enthält das VDM Handbuch und Hellweg, Außenreklame. Warum ferner im Abschnitt »Sprache in Wort und Schrift« nur englische Bücher? Ich erinnere nur an Wustmann, Engel, Christensen usw. usw. Endlich wäre noch ein Verzeichnis der Schriften erwünscht, die sich mit der Spezialwerbung einzelner Branchen beschäftigen.

Riemann.

Für die buchhändlerische Fachbibliothek.

Alle für diese Rubrik bestimmten Einsendungen sind an die Redaktion des Börsenblattes, Leipzig, Buchhändlerhaus, Gerichtsweg 26, zu richten.

Vorhergehende Liste 1926, Nr. 196.

Bücher, Broschüren usw.

Anzeiger für den Buch-, Kunst- und Musikalienhandel. Nr. 34 vom 20. August 1926. Wien. Aus dem Inhalt: Robert Mohr 70 Jahre.

Anzeiger für Papier- und Schreibwaren. 36. Jahrg., Nr. 16. Wien. Aus dem Inhalt: Der Unfug des Zugabewesens. Die Gratiskalender. — Ein Gedenktag der Ansichtskarte. — Die Kunst, Aussenstände hereinzubringen. — Der Buchhändler als Berater. — Der Buchschnitt.

Barth, Johann Ambrosius, Leipzig: 9 Buchkarten in doppelter Ausführung.

Boysen & Maasch, Hamburg 36: Rundschreiben Nr. 7 an die Abnehmer der NTB und TB. 15. August 1926. Verleger-schlüssel. 6 S.

Der Buch- und Zeitschriftenhandel. 47. Jahrg., Nr. 34 vom 22. August 1926. Berlin. Aus dem Inhalt: Justizrat Dr. Seidenberger: Gegen den Schundliteratur-Gesetzentwurf.

Der Buchhändler. 7. Jahrg., Nr. 24 vom 21. August 1926. Reichenberg. Aus dem Inhalt: Hans Semm: Wie werde ich meinem Kunden gerecht? (Fortsetzung.)

Dietrich, Franz, Leipzig: Katalog: Humor. Eine Auslese meist heiterer Aufführungen mit Gesang. 64 S.

Del Vecchio, Leipzig: Katalog der Kollektiv-Ausstellung 1926 der Gemälde von Hugo Schimmel, München. Mit einem Artikel von Dr. Georg Jacob Wolf: Hugo Schimmel. 4 Abb. gr. 8°