

richtigen Ausgangspunkt hat, sondern auch, daß es im Interesse der Arbeitnehmerseite liegt, hiervon auszugehen, da die Überschreitung der hierdurch gegebenen Grenzen schließlich doch in der Form der Arbeitslosigkeit die Arbeitnehmerschaft treffen muß.

Auch im Bereich der graphischen Industrie wird ja diese Frage zum Austrag kommen müssen. Wie schon im Börseblatt erwähnt, stehen Tarifverhandlungen im Druckgewerbe in Aussicht. Dazu sind uns vor einigen Tagen nachstehende Ausführungen zugegangen:

In der Nr. 36 des Börseblattes haben Sie in dem Artikel »Zur Wirtschaftslage« von dem Graphischen Gewerbe ein Bild gegeben, das im großen und ganzen wohl seine Richtigkeit hat. Leider fehlt darin aber ein Hinweis, daß die Beschäftigung in den Buchdruckereien im Januar im allgemeinen zu wünschen übrig ließ; einzelne Plätze wie Leipzig und Berlin können zwar im Durchschnitt günstigere Beschäftigung aufweisen, doch ist leider die Preisgestaltung so, daß bei den außerordentlichen Kosten keine Gewinnerrechnung möglich erscheint. Wogegen ich mich aber hauptsächlich wende, ist der Passus: »Auch im Zeitungsgewerbe wurden nicht immer die Erwartungen erfüllt, die man für das Anzeigengeschäft haben zu dürfen glaubte«. Hier ist leider wieder der Fehler gemacht, der auch schon in früheren Publikationen hervortritt, daß man eine Definition des Ausdrucks »Zeitungsgewerbe« nicht machte, denn es ist ein himmelweiter Unterschied zwischen den Zeitschriften und den Tageszeitungen. Die Zeitschriften haben heute bis auf einige wenige Ausnahmen ein schlechtes Anzeigengeschäft. Anders liegt es bei den Tageszeitungen, die sich besonders durch die stark inserierenden Importländer (Amerika) eines geradezu fabelhaften Anzeigengeschäftes erfreuten und bei dem weiteren Ausbau der Organisation der Berichterstattung wesentliche Steigerung ihrer redaktionellen Leistungen auch finanzieller Art nicht zu tragen brauchten. Auch die Geschäftslage der Provinzblätter ist als sehr gut zu bezeichnen. Vielleicht sind einzelne Provinzzeitungen in rein landwirtschaftlichen Gebieten als Ausnahmen zu nennen. Ich weiß nicht, ob Sie darüber unterrichtet sind, daß z. B. eine große Tageszeitung kürzlich eine im Geschäftsverfall befindliche Firma, die man mit etwa 200 000.— bis 300 000.— M. hätte erstehen können, für 1 400 000.— M. gekauft hat. Die wesentlichen Gewinne der Tageszeitungen veranlassen ja jetzt auch die Inhaber, in der Konkurrenz untereinander (größere Zeitungen) Aufwendungen zu machen für Sonderbeilagen, die eine Gefahr für das ganze Zeitschriftenwesen, besonders der billigeren Art, bedeuten. So hat eine größere rheinländische Zeitung jetzt bereits vierfarbige Tiefdruckbeilagen, die immerhin nicht unwesentliches Geld kosten. Leider sind es auch die Tageszeitungen, die in den jetzt einsetzenden Lohnkämpfen eine außerordentliche Gefahr für die Lohn- und Zeitschriftendrucker bedeuten, weil man dort zu Konzessionen eher geneigt ist. Die Folgen dieser Einstellung für das Zeitschriftenwesen sowohl wie für die Buchproduktion sind leider katastrophaler Art.

Diese Bemerkungen erscheinen uns sehr beachtlich. Sie beleuchten erneut Zusammenhänge, die ja an dieser Stelle schon wiederholt zu beweisen waren. Die Entwicklung wird diesmal außerdem auch noch dadurch beeinflusst sein, daß ja die Wahlen vor der Tür stehen. Eine weitere Verteuerung der Herstellungskosten muß aber auch im Buchhandel entsprechende Auswirkungen zeitigen. Man wird also den Ausgang mit Spannung erwarten.

Von der Leipziger Frühjahrsmesse.

Von Kurt Voelke.

An einem Reichsbanner-Mehabend zur Leipziger Frühjahrsmesse wurde in der Festansprache der bemerkenswerten Meinung Ausdruck gegeben, daß in der deutschen Politik der Gegenwart der Kaufmann die ehemals führende Rolle des Offiziers übernehmen müsse. So betrachtet, sei die Leipziger Messe imposanter als das größte Kaisermanöver. Der Vergleich der Messe mit dem früheren Kaisermanöver erscheint nicht schlecht, wenn man bedenkt, daß es sich in beiden Fällen um die öffentliche Darbietung von Höchstleistungen unter Aufwand eines gewissen äußeren Gepräges handelt.

Mit dem Kaisermanöver hatte die diesjährige Leipziger Frühjahrsmesse in erster Linie das oft gerühmte Kaiserwetter gemein. Klarer Himmel und herrlichster Sonnenschein bildeten die ersten Mehstage ein nicht zu unterschätzendes Stimmungsmoment. Schon vor

Beginn der Messe kündigte sich das Ereignis den Leipzigern durch das immer stärker werdende Anschwellen des Verkehrs und durch die Entstehung von allerlei Reklameaufbauten auf den öffentlichen Plätzen an, bis am ersten Messesonntag auf einmal der »volle Betrieb« mit seinem Massenaufgebot an Menschen und Fahrzeugen eintrat, in allem Lärm und aller Bewegung den rhythmisch-starken Pulsschlag deutschen kaufmännischen und industriellen Lebens verratend. Die in allen Formen vertretene Reklame innerhalb dieses Betriebes bedeutete, obgleich sie dem Gesamtbilde die große Buntheit der Farbe verlieh, eine starke Nervenprobe, wenn man, ihrer gewohnt, sie nicht achtlos beiseite ließ. Sie hat aber immer noch genug Herausforderndes, um auch den Gleichgültigen in ihren Bann zu zwingen. So die Art der Staubsauger-Reklame auf dem Augustusplatz mit ihren architektonisch bemerkenswerten farbigen Aufbauten und der Anwendung von Großlautsprechern, um das Publikum anzulocken, so die riesigen Porzellangeschirre auf dem Markt mit ihrer starken gegenständlichen Wirkung. Wer der Meinung ist, daß der Buchhandel nebst seinen verwandten Erwerbszweigen nicht imstande sei, sich dieser Werbemittel zu bedienen, wurde durch zwei Reklametürme auf dem Marktplatz eines anderen belehrt, deren einer von der Firma Rudolf Mosse in Berlin und deren anderer von der Hansatischen Verlagsanstalt in Hamburg errichtet waren. War es im ersteren Falle die Annoncexpedition und die Zeitung, die sich in Erinnerung brachten, so zeigte der zweite Fall das Bild einer ausgesprochenen Buchreklame, indem für das Bott'sche Handwörterbuch des Kaufmanns geworben wurde. Aber nicht bloß hier sah man das charakteristische Bild der fünf Halblederbände, es zeigte sich auch an einem Kraftwagen, der die Stadt durchfuhr, und zeigte sich wandelnd in Gestalt von fünf »Sandwichmännern«, von denen jeder einen Band darstellte. Es wäre interessant, etwas über die Wirkung dieser bisher immerhin ungewöhnlichen Buch-Messereklame zu hören.

Im übrigen blüht ja in dem ganzen Messebetriebe der Buchhandel als Beilchen im Verborgenen und erscheint gegenüber den anderen Handelszweigen als ein recht kleiner Teil des Ganzen. Der Versuch, ihn im Bugrammehause zu zentralisieren und eine möglichst umfassende Übersicht über die deutsche Verlagserzeugung darzubieten, kann nur als vorübergehend gelungen bezeichnet werden. Wie schon aus dem kurzen Vorbericht in Nr. 56 dieses Blattes hervorgeht, ist der Torso von zwei Etagen im Bugrammehause zusammen mit den Ausstellern in anderen Mehshäusern wie Stenblers Hof, Großer Reiter usw. nicht mehr in der Lage, diese Übersicht zu vermitteln. Auch die Ergänzung, die die Messe durch die ständige Ausstellung im Volkmarthause und in der Wallmann-Ausstellung findet, kann wegen der räumlichen Zersplitterung nicht als vollgültiger Ersatz angesehen werden. Wie schwer für den Buchhandel der Zentralisationsgedanke auf den Leipziger Mustermessen verwirklicht werden kann, geht z. B. auch daraus hervor, daß die Verleger technischer Literatur in den Mehshäusern der Technischen Messe, die heute eine Stadt für sich ist, ausstellen und sich damit inmitten ihrer Abnehmerschaft aus dem Publikum befinden. Obgleich neue Aussteller wie z. B. Carl Fr. Fleischer mit einer dekorativ-wirkungsvollen Kollektivausstellung der Verlagshäuser Cotta und Alfred Kröner, und Gebrüder Paetel mit einer schönen Koje im Bugrammehause hinzugekommen sind, so vermögen sie doch die Verluste nicht auszugleichen, die durch die Abwanderung anderer Verlage entstanden sind. Hierbei macht man großen Leipziger Verlagfirmen gern den Vorwurf des Mangels an Lokalpatriotismus, weil sie, mit weniger Spesen belastet als die auswärtigen, den Austritt für die Flucht des Buchhandels von der Leipziger Mustermesse gegeben hätten. Wenn aber, wie in einem Vortrage von Direktor Boh anlässlich des Richtfestes der Halle 7 auf der Technischen Messe am 20. Februar d. J. die Zweckbestimmung der Messe im Gegensatz zu der als Publikums-Schau zu geltenden Ausstellung dahin präzisiert wurde, daß sie die Information der Fachleute beabsichtigt und den Zweck unmittelbarer wirtschaftlicher Absatzwirkung nicht aus dem Auge verlieren dürfe, so ist diese Begründung doch zwingend genug, den Entschluß dieser Verleger zu verstehen. Es gab Zeiten, in denen man die Hoffnung haben durfte, daß sich der deutsche Sortimentsbuchhandel allmählich an den Besuch der Leipziger Mustermessen gewöhnen würde. Leider hat diese Hoffnung getrogen und ist wohl auch deshalb zuschanden geworden, weil in der nun schon so lange anhaltenden wirtschaftlichen Krise des Buchhandels kaum ein Moment der Ermutigung für die stärkere Inanspruchnahme dieser idealen Einkaufsgelegenheit erblickt werden kann. So muß auch, trotz vereinzelter befriedigender Verkaufserfolge in diesem Frühjahr der Besuch durch den Sortimentsbuchhandel als Einkäufer als völlig ungenügend und das Fortbestehen der Bugrammesse nach wie vor als schwer gefährdet bezeichnet werden. Die Leipziger Lokalpresse, die aus berechtigten Gründen sonst der Messe gegenüber gern etwas Schönfärberei betreibt, berichtet, daß in der Bugrammesse nichts von Rekordgewimmel, Optimismus und Hoch-