

Nicht was der Mensch ist, — was er tut und schafft, gibt ihm seine Bedeutung; nicht was ein Buch sagt, — vielmehr, was es aus sich entwickeln läßt, was es anregt.

Ernst Frh. von Fruchterleben. *Confessionen*. (1881). Wissen. 75.

bern und Gemeinden als ewiges Gespenst. Gregor Straßer aber, der Favorit Schleichers, ist der Mann, der von der Gewerkschafts- oder, wie er sagte, von der Sozialistenfront von der NSDAP. bis zur SPD. gesprochen hat. Noch steht nicht fest, ob er Recht behält. Das Ringen geht auch hier hinter den Kulissen weiter. Von seinem Ausgang wird abhängen, unter welcher Führung und damit mit welchem wirtschaftlichen Programm Deutschland im Frühjahr in jene Epoche eines neuen Aufschwungs eintreten wird, den man nach der weltpolitischen Lage erwarten darf und der uns hoffentlich unter allen Umständen Glück bringen wird.

Aber das Weihnachtsgeschäft sind der Schriftleitung des Börzenblatts in dankenswerter Weise wieder zahlreiche Berichte zugegangen. Erfreulicherweise ist daraus zu ersehen, daß das Ergebnis nicht ganz so enttäuschend ausgefallen ist, als man zunächst erwarten mußte. Auf keinen Fall hat ja das Weihnachtsgeschäft das wieder gut machen können, was im Laufe des Jahres schon verloren war. 1932 schließt also im ganzen doch wesentlich schlechter ab als 1931 oder gar 1929. Teilweise beträgt der Ausfall bis zu 50 Prozent. Das Weihnachtsgeschäft selbst hat dagegen in Einzelfällen wenigstens der Kundenzahl nach sogar ein Mehr erbracht, dem Umsatzwert nach freilich durchweg ein Weniger. Auf Einzelheiten behalten wir uns vor noch zurückzukommen, da zu hoffen ist, daß noch weitere Berichte eingehen. Heute sei aber nachstehend eine Zuschrift schon wieder gegeben, die im großen ganzen als typisch gelten kann, vor allem deswegen, weil sie eine der wichtigsten Fragen anschnieidet. Es heißt da:

Es sei vorausgeschickt, daß noch keines der in vielen Jahren an derselben Stelle erlebten Weihnachtsgeschäfte solche Anforderungen an den Verkäufer stellte, wie das letztjährige. Es scheint, daß je weniger die Kunden auszugeben bereit sind, desto höhere Anforderungen gestellt werden.

Unter Berücksichtigung dieser Situation und der ganzen wirtschaftlichen Lage kann das Resultat des letzten Weihnachtsgeschäftes noch eben als befriedigend gelten. Es gelang ohne wesentliche Steigerung der Reklame die Kundenzahl im Dezember um fast 12 Prozent zu steigern. Trotzdem aber verminderte sich die Einnahme gegen das Vorjahr um 10 Prozent. Der Durchschnittsverkauf sank von RM 3.23 auf RM 2.58. Also um fast 20 Prozent.

Neben der wirklichen Not drückt sich nun in dieser Entwicklung vor allen Dingen das Mißtrauen des Publikums vor der Neuerscheinung und der Preisstellung der neu erschienenen Bücher aus. Immer wieder hört man beim Anbieten eines neuen Buches, daß man mit der Anschaffung warten wolle, bis in einem oder zwei Jahren doch eine verbilligte Volksausgabe erscheine und daß man solange sich mit der Leihbücherei behelfe. Und man kann ja dem Kunden nach den Erfahrungen der letzten Jahre nicht Unrecht geben, denn von welchem erfolgreichen oder populären Autor gibt es noch keine billige Ausgabe? Hinzu kommt noch die Unsitte einer Reihe Verlage, daß sie ihre neuen Bücher oder Volksausgaben in irgendeiner Buchgemeinschaft zu günstigeren Bedingungen anbieten, als es der Buchhandel, der die Bücher erst populär machte, kann. . . . In anderen markenartikel-ähnlichen Berufszweigen wären solche Maßnahmen der Fabrikanten kaum möglich und würden auf entschieden stärkeren Widerstand der Abnehmerkreise stoßen als im Sortiment. . . .

Diese Ausführungen über die selbstverschuldeten Hemmnisse sind deswegen an den kurzen Bericht über das Weihnachtsgeschäft angehängt, weil die wirtschaftliche Entwicklung endlich, soweit man es beurteilen kann, sich etwas zu stabilisieren scheint und weil das dann der gegebene Zeitpunkt wäre, mit einer sinnvollen Ausmerzungen der durch die Krise veranlaßten Fehler zu beginnen. Dahin gehört genau so gut der zu niedrig wie der zu hoch angelegte Preis. Denn auch darüber ließe sich an einigen Beispielen einiges sagen.

Was hier zur Preispolitik gesagt ist, dürfte, selbst wenn im einzelnen Entschuldigungen möglich sind und Sonderfälle wie überall ihre Ausnahmestellung beanspruchen dürfen, sehr ernster Beachtung wert sein. Man kann dabei sagen, daß schließlich gar nicht so sehr die Preisfrage selbst entscheidend ist, sondern die

klare Linie der gesamten Preis- und Produktionspolitik. Auch andere Einsendungen schneiden die Frage an, ein Beweis dafür, daß das Problem erkannt ist, daß aber offenbar auch die mißlichen Folgen nur zu deutlich empfunden werden. Ist das nicht eigentlich im Verlag schon genau so der Fall wie im Sortiment? Auch in Amerika, ebenso etwas weniger in England und Frankreich spielt daselbe Problem eine große Rolle, geht die Erörterung darüber sehr lebhaft hin und her. Es handelt sich also offenbar um Schwierigkeiten, die in der Zeit liegen. Auf jeden Fall sind sie aber wichtig genug, daß man rechtzeitig in Zusammenarbeit aller Beteiligten an ihre Behebung gehen sollte. Die Zukunft des Buchhandels wird nicht zum wenigsten von der Gestaltung seiner Preis- und Vertriebs- wie Produktionspolitik abhängen.

Hochdruck — Tiefdruck — Flachdruck.

Die Bewertung von phototechnischen, photochemischen und photoelektrischen Erfindungen für die Reproduktions- und Übertragungstechnik und die erfolgreiche Heranziehung neuer Materialien zum Tragen der Druckform haben zu vielfachen neuen Beziehungen zwischen den drei graphischen Grundverfahren, dem Hochdruck, Tiefdruck und Flachdruck geführt und das Verhältnis des Druckprozesses zur Schaffung der Primärform mannigfaltig variiert.

Sind deshalb aber die Grenzen zwischen den drei Urverfahren verwischt oder gar aufgehoben worden, sind auf diese Weise Mischverfahren entstanden, die sich als selbständige neue Techniken mit in die Reihe stellen können?

Der Eindruck drängt sich auf, wenn man sich der geradezu verschwenderischen Fülle neuer Bezeichnungen gegenüberstellt, die von erfindungs- und projektreichen Köpfen in jüngster Zeit geprägt und lanziert werden. Bildungen wie Typotief, Reliefief, Radiotyp, Offsettyp, Offsetief, Trockenoffset, Texoprint, die ihre Elemente aus den Grundbegriffen mischen, und andere minder oder mehr klangreiche Sprachschöpfungen beunruhigen das Ohr des herstellungsbesessenen Zeitgenossen und häufen einen Wortschatz an, der allgemach dringend nach einem Kommentar schreit. Die Begriffsverwirrung droht zum Verkehrshindernis zu werden, mindestens zu einer Erschwernis der Beziehungen zwischen Druckfahnenbesteller und Hersteller, und den Normenausschüssen erwachsen neue Aufgaben, wenn die Reklamefähigkeit der Interessierten fortzeugend weitere sprachliche Misch- und Mißbildungen in die Welt zu setzen fortfährt.

Bis zu dem Eintreten einer Selbstbesinnung der Beteiligten oder einem Einschreiten der berechtigten Hüter von Norm und Ordnung im Gewerbe dürfte aber ein einstweiliges Verfahren der Kritik berechtigt sein, das das Bedenkliche der Begriffsverwirrung in das rechte Licht setzt, ehe sie sich zu einem vollkommenen polygraphischen Tohuwabohu auswächst.

Es sei deshalb mit allem Nachdruck festgestellt, daß die elementaren Begriffe »Hochdruck«, »Tiefdruck« und »Flachdruck« nach wie vor genau die drei graphischen Grundverfahren bezeichnen, die sich, sowohl auf Reproduktion wie Druck angewandt, in grundsätzlicher Schärfe von einander abheben, wenn auch das Medium der Übertragungstechnik von der einen Reproduktionsart zu der anderen Drucktechnik führen kann.

Unter einer Hochdruck- (Buchdruck-)form bleibt nach wie vor eine Form zu verstehen, bei der die Druckfarbe nur auf die Oberfläche des hochliegenden Bildes aufgetragen und durch den Druck davon wieder abgenommen wird.

Beim Tiefdruck (Stich, Gravüre) wird die aufgetragene Druckfarbe zunächst von der blanken Plattenoberfläche wieder kunstgerecht weggewischt, sodas nur die in der Platte tiefliegenden Bildpartien drucken, d. h. die in ihnen stehengebliebene Farbe abgeben können.

Beim Flachdruck (Lithographie, Offset, Lichtdruck) haftet die Druckfarbe nur an den fettempfänglich präparierten Stellen, während die mit dem Bild in der gleichen Ebene liegenden nicht präparierten Teile der Fläche durch ihr fett(farbe)ablehnendes Verhalten nicht eingefärbt sondern eingefeuert werden.

Beim Hoch- und Tiefdruck handelt es sich also um ein rein mechanisches Verhalten zwischen eingefärbter Form und farbabnehmendem Papier, wenn auch die Farbe in dem einen Falle von der Höhe, in dem anderen aus der Tiefe abgenommen wird. Unterschiedlich kommt im Falle des Tiefdrucks eine Saugwirkung mit in Betracht. Dem Hochdruck (Buchdruck) bleibt die höchste Auswirkung des Druckes und damit die schärfste Bildwirkung vorbehalten.