

## Wie Leipzig die Erfindung der Buchdruckerkunst feierte

»Nur eine kurze Spanne Zeit trennt Buchhandel und Buchgewerbe von dem Jubeljahr zu Ehren Gutenbergs. — Es ist Pflicht des Buchhandels und des Buchgewerbes, sich jetzt schon zu rüsten für die Feier im Jahre 1940, eine Pflicht, die ihm durch die historische Entwicklung der Leipziger Gutenbergfeiern vergangener Jahrhunderte auferlegt worden ist«, so heißt es am Anfang einer kürzlich erschienenen Schrift des Ersten Vorstehers des Deutschen Buchgewerbevereins zu Leipzig. (Drei Hundertjahrfeiern in Leipzig zur Erinnerung an die Erfindung der Buchdruckerkunst 1640, 1740, 1840. Zusammenge stellt von Carl Wagner. Leipzig, Deutscher Buchgewerbeverein. 36 S. Mit zahlreichen Abb. u. 4 Tafeln. 4<sup>o</sup> Enthalten in: »Archiv für Buchgewerbe und Gebrauchsgraphik«. Heft 4. RM 3.—.) Wie es bei diesen Leipziger Gutenbergfeiern 1640, 1740 und 1840 zugegangen ist, wird in Wort und Bild in der vorliegenden Schrift des Deutschen Buchgewerbevereins, des »Hüters der künstlerischen Tradition des graphischen Gewerbes«, lebendig. Der Verfasser versteht es, die drei Jubeljahre in das damalige Zeitgeschehen hineinzu stellen und so die Erklärung für die verschiedene Art der Feiern zu finden. Carl Wagner schildert, wie in einer wirtschaftlich so schweren Zeit wie 1640, acht Jahre vor Beendigung des Dreißigjährigen Krieges, Leipzigs Buchdruckerherren das Jubelfest unter Verzicht auf »alle Stippigkeit, Tanzen, unhöfliche Gespräche und was der Gottesfurcht und Ehrbarkeit entgegen« begingen. — Das Jahr 1740 sah den Leipziger Buchhandel und Buchdruck in voller Blüte. Die fünf Buchdruckwerkstätten des Jahres 1640 hatten sich bis 1740 auf siebenzehn vermehrt mit über fünfzig Pressen und zweihundert Gehilfen, und man hatte wohl ein Recht zu behaupten, »daß der göttliche Segen, welchen man vor hundert Jahren erbeten, in vollem Maße ausgebrochen sey«. Eine stattliche, von den Leipziger Buchdruckereien herausgegebene Festschrift (Gepriesenes Andenken von Erfindung der Buchdruckerkunst) beschreibt die Festtage und gibt die dabei gehaltenen gelehrten Reden wieder. — Wieder hundert Jahre später und aus einer Feier mit akademischem Anstrich ist eine Gedächtnisfeier geworden, an der die gesamte Be-

völkerung Anteil nimmt. »Jedermann fühlte, daß diese öffentliche volksthümlich veranstaltete und ebenso volksthümlich ausgeführte Feier eine neue Epoche in der Entwicklung unseres Volksbewußtseins sei« heißt es in einer der zahlreichen Festschriften, die aus diesem Anlaß erschienen sind. Bereits vom Johannistage 1836 an hatten die Leipziger Buchdruckergehilfen einen wöchentlichen Beitrag von 6 Pfennig aufgebracht, die Prinzipale steuerten freiwillig dazu, sodas im Jubeljahr zusammen mit den Spenden der Buchhändler — deren Gehilfen durch Sammlung wöchentlicher Beiträge 2618 Taler und 20 Groschen aufgebracht hatten — und der Stadt sowie aus dem Erlös der Eintrittskarten 22 757 Taler zur Verfügung standen. Ein Fest ganz großen Stiles war es, das Leipzig in den Tagen vom 24. bis 26. Juni 1840 sah; die Zahl der Teilnehmer wurde auf vierzigtausend geschätzt. Buchhandel und Buchdruck waren gleichmäßig daran beteiligt, die typographische Ausstellung in der Buchhändlerbörse wurde als besondere Sehenswürdigkeit gewertet.

Den letzten Teil seiner Schrift widmet Carl Wagner dem verfloffenen Jahrhundert, und er spricht von den Pflichten, die Buchhandel und Buchgewerbe erwachsen, um es unsern Vorfahren gleichzutun. »Der Deutsche Buchgewerbeverein selbst erblickt die Erfüllung seiner Aufgabe für das Gutenbergjahr 1940 in der Wiedereröffnung seines Deutschen Buchgewerbemuseums in den erweiterten Räumen des Deutschen Buchgewerbehauses, in der Verwirklichung des Zieles, zusammen mit dem Börsenverein der Deutschen Buchhändler und den Drucker-Organisationen der Stadt Leipzig ein Buchforum geschaffen zu haben, auf dem die Gebäude stehen, die für die Ausbildung des Nachwuchses des deutschen Buchhandels und des deutschen Buchgewerbes in Frage kommen.«

So war es ein glücklicher und hoffentlich recht fruchtbringender Gedanke, an der Schwelle der Fünfhundertjahrfeier der Erfindung der Buchdruckerkunst einen Blick in frühere Zeiten zurückzuwerfen und jetzt schon zu werben für eine Ausgestaltung des Gutenbergjahres 1940, die unserer großen Zeit gerecht wird. Ba.

## Was hat der Einzelhändler während der Olympischen Spiele zu beachten?

Der Berliner Bezirksausschuß für die Vorbereitung des Einzelhandels für die Olympischen Spiele 1936 hat ein Merkblatt herausgegeben, in dem alles Wesentliche enthalten ist, was der Einzelhändler dabei beachten muß. Darin heißt es u. a.: Die Olympischen Spiele finden zum erstenmal in Deutschland statt. Zehntausende von ausländischen und Hunderttausende von auswärtigen Besuchern werden in der Olympiastadt Berlin erwartet. Die Besucher werden ihr Interesse auch kulturellen und wirtschaftlichen Einrichtungen zuwenden. Jedes Einzelhandelsgeschäft kann für deutsche Erzeugnisse werben. Es ist Pflicht jedes Einzelhändlers, sein ganzes Unternehmen in den Dienst dieses hohen Ziels zu stellen.

Nicht nur Kundenwerbung treiben, sondern daran denken, daß es auf die würdige Vertretung des Einzelhandels als Berufsstand ankommt!

Hierbei ist zu beachten:

1. Ladenfront (Schilder, Anstrich, Aufschriften, Außenbeleuchtung) und Ladeneinrichtung (Möbel, Regale, Vorhänge, Beleuchtung, Innenanstriche, Tapeten, Fußbodenbelag) sind zu überprüfen, ob sie einer Auffrischung oder Erneuerung bedürfen. Erforderliche Arbeiten sind möglichst sofort in Angriff zu nehmen, damit eine Anhäufung von Aufträgen in letzter Minute vermieden wird.

2. Es wird, wie bei allen großen Ereignissen, auch anläßlich der Olympischen Spiele vom Einzelhandel erwartet, daß er seine Anteilnahme an der großartigen Veranstaltung äußerlich sichtbar zeigt (durch besonders sorgfältige Schaufenstergestaltung oder Sonderdekorationen).

3. Die Verwendung der »fünf Ringe« in den Schaufenstern ist jedoch nur dann gestattet, wenn sie zur Unterstützung der allgemeinen Straßenausgestaltung während der Zeit der Olympischen Spiele, unter Vermeidung jeden Anscheins der Verquickung mit Geschäftswerbung, gezeigt werden. Das wird angenommen, wenn die »fünf Ringe« an der Ladentür oder am Schaufenster, also auf die Straßenvirkung berechnet, angebracht sind und wenn bei der Anbringung an die Schaufenster keine Verbindung mit aufgemalten Warenankündigungen und dergleichen vorliegt. Eine weitere Voraussetzung ist, daß die Qualität der »fünf Ringe«, was Material und Ausführung betrifft, vollkommen einwandfrei ist.

Um für Berlin im Rahmen der allgemeinen Straßenaus schmückung einen einheitlichen Schaufenster schmuck mit den »fünf Ringen« in einwandfreier Form sicherzustellen, werden vom Propagandaausschuß der Olympischen Spiele, dem Reichsbeauftragten für künstlerische Formgebung und der zuständigen Stelle des Staatskommissariats nur drei bestimmte Ausführungsarten der »fünf Ringe« für die Schaufenster genehmigt. Muster dieser Ausführungen sind in den Dienst räumen der Einzelhandelsvertretung der Industrie- und Handelskammer, Berlin NW 7, Prinz-Louis-Ferdinand-Straße 1, ausgestellt.

Die Herstellung von Olympia-Sonderdekorationen (ähnlich wie z. B. zur Wahl) ist gestattet, wenn die betreffenden Schaufenster keine Waren aufweisen, keinerlei geschäftliche Werbung damit verbunden ist und geschmacklich der Würde und dem Ansehen der Olympischen Spiele entsprechen.

Die Verwendung der olympischen Glocke ist nur im Rahmen von Sonderdekorationen gestattet.

Preisschilder mit den »fünf Ringen« zu versehen, ist untersagt. Vor dem Ankauf von Preisschildern mit fünf Ringen wird gewarnt.

4. Die Verwendung der olympischen Symbole (»fünf Ringe«, »Olympia-Glocke«) sowie der Worte »olympisch«, »Olympia«, »Olympiade« für irgendwelche Erzeugnisse oder für die Wirtschaftswerbung ist nur nach Erteilung einer besonderen Genehmigung vom Propagandaausschuß der Olympischen Spiele (Berlin W 9, Potsdamer Platz, Columbushaus) gestattet. Wer Waren kauft, die diese Symbole oder Wortbildungen enthalten, hat sich stets zu vergewissern, ob ihre Verwendung genehmigt wurde. Nachdem der Propagandaausschuß seine Genehmigungen schriftlich erteilt, sind die Lieferanten in der Lage, ein Faksimile oder eine Abschrift der Genehmigung vorzuzeigen.

5. Der Zeitpunkt der allgemeinen His sung der Olympia-Flagge (fünf Ringe auf weißem Tuch) wird in der Tagespresse rechtzeitig bekanntgegeben. Ein vorheriges Beflaggen ist unstatthaft (Ausnahmen z. B. Olympia-Eintrittskarten-Verkaufsstellen, einzelne Reisebüros).

Die Verwendung der Olympia-Flagge zur Wirtschaftswerbung ist auch zur Zeit der allgemeinen Beflaggung verboten.