

befinden, für die ältere Literatur für gründliche Forschungen von 13 Quellen 7 deutsche, für die Farbstoffchemie von 7 Quellen 5 deutsche, für die Biochemie ausschließlich 14 deutsche usw.

Die Formelsprache der Chemiker, der Physiker und auch der Elektrotechniker ist international. Trotzdem muß der Leser die deutsche Sprache beherrschen, um die verbindenden Texte zu verstehen. Will man — wie im Aufbau der Wertung des deutschen Wissens und der deutschen Industrie — die Werbekraft des wissenschaftlichen und fachlichen Inhaltes auf der Höhe halten, so darf man nicht gegen das Grundgesetz der Werbung verstoßen und künstlich Schwierigkeiten in die Texte hineinbringen, wie es leider auch in angesehenen technischen Fachblättern, hauptsächlich seit dem unseligen Kriege, durch eine fanatische Verdeutschungsmanie von Fachausdrücken systematisch von Leuten geschieht, die mangels wirtschafts- politischer Einsicht gar nicht begreifen, wie unendlich schwer sie unsere eigene Volkswirtschaft hiermit treffen. Es sind dies meist Leute, die kaum über die Grenzen unseres Vaterlandes hinaus gekommen sind. Wie oft wird nicht von solchen einfach erklärt, „wer deutsche Zeitschriften lesen will, soll sich auch an die deutschen Ausdrücke gewöhnen“. Diesen Leuten fehlt jedes Verständnis für die werbende Aufgabe auch von wissenschaftlichen Artikeln. Ich darf es ruhig dem Urteil wirtschaftlich geschulter, ernst denkender Männer überlassen, zu entscheiden, ob derjenige Verfasser mehr für sein Vaterland tut, der in der Erläuterung und Beschreibung einer technischen Neuerung sich strengstens beleihtigt, Verdeutschung soweit wie möglich zu treiben oder derjenige, der den Sprachkenntnissen der Kreise entgegenkommt, die als Interessenten unserer Verfahren und Erzeugnisse im Auslande vorhanden sind. Daß sogar rein wissenschaftliche Arbeiten werbend für uns wirken, ist erwähnt. Die Vermeidung jedes nicht rein deutschen Ausdruckes in Fachvorträgen, die dem Ausländer in deutschen Ausführungen von früher her bekannt sind und ihr Ersatz durch neu gebildete rein deutsche Wörter ist genau so kurz- sichtig, wie der törichte Wunsch mancher Kreise, ausländische Hörer von unseren Hochschulen verbannt zu sehen. Die Verirrungen, die in dieser Hinsicht in letzter Zeit leider vielfach aufgetreten sind, zeugen davon, daß die Verflachung im allgemeinen Werbewesen — eben durch Kräfte, die oft nur ein Geschäft für sich selbst in ihm sehen — zu einem Vergessen der Tatsache geführt hat, daß in einem Fachorgan nicht nur der Anzeigenteil, nicht nur die äußere Aufmachung, nicht nur die Reklameartikel, wenn sie geschickt bemäntelt sind, werbend wirken, sondern daß ein großer Teil der Werbekraft in der Gediegenheit des Inhaltes und in der leicht verständlichen Form liegt, in welcher dieser Inhalt geboten wird. Die wissenschaftliche und die technische Presse sind miteinander eng verknüpft, weil diese sich nur auf jener aufbauen kann, sodaß viele Fachblätter beide eingehend berücksichtigen müssen. Beide werden nur dann ihre Aufgabe für die Hebung unserer

volkswirtschaftlichen Wertung erfüllen, wenn auch der Inhalt sprachlich den Anforderungen entspricht, die eine der Grundregeln für eine erfolgreiche Werbung ist, nämlich die leichte Faßlichkeit für alle, bei denen eine Auswertung zum Nutzen unseres Landes erwartet wird, also auch für den Ausländer. Es ist selbstverständlich, daß ich hiermit nicht etwa einer Förderung des Fremdsprachuntwesens das Wort reden will.

Nach dem eben Ausgeführten beraubt sich der Kreis der Fachzeitschriften, der nur der äußeren Form wegen einen Inhalt bringt, im Rahmen seiner Gruppe eines großen Teiles seiner Werbekraft, und auch die Inserenten sollen dieses wohl bedenken. Wie der schönste Stoff, von einem ungeschickten Schneider verarbeitet, im Kleide nicht zur Geltung kommt, so muß unter Berücksichtigung der heute nun einmal vorhandenen Geschmacksrichtung auch in der Darbietung, in der Anordnung des inhaltlich wertvollen Textes eine große Überlegung und Sorgfalt walten, umsomehr, da, wie leider bei unseren früher angesehensten Zeitschriften, der textliche Fachinhalt durch einen riesigen Anzeigenteil an sich schon erstickt wird. Von Vielen, die man hierauf aufmerksam macht, wird entgegengehalten, daß die amerikanische und englische Fachpresse im Verhältnis zum Anzeigenteil noch viel weniger Text bringe und daß, besonders auch in amerikanischen Zeitschriften, die ernst genommen werden wollen und große Werbeerfolge für ihre Anzeigen zu verzeichnen haben, der textliche Inhalt mancher Artikel wegen seiner Flachheit unmöglich deutschen Lesern vorgesezt werden dürfe. Gerade diesen möchte ich empfehlen, die betreffenden englischen und amerikanischen Zeitschriften auf die vorzüglich durchdachte, wirkungsvolle Art des Textumbruches anzusehen, auf die Sorgfalt der Auswahl der Überschriften und der Überschriftstypen. Wir wissen, daß eine große Anzahl vorzüglicher Fachschriftsteller, gerade was die Überschriften anbelangt, ein gewisses geniales Ungeschick zeigen, das im umgekehrten Verhältnis steht zu dem Wert der Arbeiten. Ich habe dies besonders bei der Abfassung von Fachschriftenreferaten in den letzten Jahren gründlichst empfunden, und nicht selten ist mir von Lesern von Referaten, denen ich — es mag unbescheiden klingen — erst den wahren Titel der Arbeit gegeben habe, bestätigt worden, daß sie sich die Arbeit erst daraufhin vorgenommen haben, weil eben der Originaltitel den Kern der Arbeit nicht erkennen ließ, oder zu lang war, um überhaupt gelesen zu werden. Wenn ein Faraday nicht zu stolz war, sich in der Wahl von Fachausdrücken zur Bezeichnung der von ihm gefundenen Gesetze und Erscheinungen beraten zu lassen, so werden auch deutsche Verfasser sich bezüglich der Titel ihrer Arbeiten beraten lassen, wenn die Schriftleiter hierbei den nötigen Takt wahren. Es gibt leider unter unseren technischen Fachzeitschriften wenige, in denen man das richtige Verständnis für Obiges findet, und es wäre sehr zu wünschen, daß die Schriftleiter zusammen mit einem geschmacklich gut durchgebildeten Werbekraftler den Umbruch des Textes selbst überwachten, statt