der Tiefdruck mehr als bei anderen Druckverfahren Beherrschung des Materials und der Arbeitsweise voraussetzt — es sei nur an die Ätzung erinnert, die selbst geübtesten Kräften nicht immer gelingt und an die Abhängigkeit von Witterungseinflüssen — so ist es erklärlich, daß er in kleineren Druckorten fast gar nicht vertreten ist und an größeren Plätzen nur von erstklassigen Firmen gepflegt wird.

Wird es möglich sein, dem Tiefdruck trotz dieser Nachteile im Werbeplan größeren Eingang zu verschaffen? Da die Ausdrucksmöglichkeiten des Tiefdrucks denen der übrigen Druckverfahren mindestens gleichwertig, eher noch überlegen sind, so handelt es sich bei dieser Frage zunächst um ein technisch-wirtschaftliches Problem. Bei den jetzt allerorts auftauchenden Zeitungsbeilagen, soweit sie in Tiefdruck hergestellt sind, ist man seiner Lösung schon näher gerückt. Der Anzeigenteil der illustrierten Beilagen des Berliner Tageblattes, der Frankfurter Zeitung und des Hamburger Fremdenblattes, um nur einige Beispiele herauszugreifen, gewährt mit seiner fein nuancierten Tongebung und der vornehmen bildhaften Wirkung auch dem in Reklamedingen anspruchsvolleren Leser Befriedigung. Bedenkt man schließlich, daß diese Beilagen im Rotationstiefdruck hergestellt sind, also auch in der quantitativ ergiebigsten Weise, so genügt diese Anwendungsform des Tiefdrucks der Reklame, soweit es sich um einfarbige Druckarbeiten handelt.

Seitdem aber der Offset in die Reklame eingedrungen ist und dort sein buntschillerndes Gewand ausgebreitet hat, will man auch im Werbeplan vom Tiefdruck farbigere Wirkungen erzielen. Der *Dreifarbentiefdruck*, mit dem man sich in Deutschland schon lange beschäftigt, aber nicht in allen Fällen befriedigende Resultate erzielt hat, muß seine Lösung finden, soll der Tiefdruck im Werbeplan heimischer werden. In Amerika, wo der Tiefdruck allgemein auf einer höheren Stufe steht als in Deutschland — die „New York Times" gibt z. B. in einer Sonntagsnummer 24 Seiten Tiefdruck in großem Zeitungsformat heraus, ferner eine geheftete Beilage von 16 Seiten und außerdem eine Kulturbeilage von 32 Seiten! — hat man auch im Dreifarbentiefdruck einen bedeutenden Vorsprung. Es wird von drüben berichtet, daß am 10. Mai v. J. in Amerika zum erstenmal die Wochenschrift „Liberty" in dreifarbigem Rotationstiefdruck erschien. Die hierzu benutzte Maschine arbeitet mit zweimal drei Kupferzylindern und erreicht eine Stundenleistung von fast 50 000 Exemplaren, die in Stärke von 64 Seiten fertig die Maschine verlassen.

Es liegt auf der Hand, daß eine vollkommene Beherrschung des Dreifarbentiefdrucks in Deutschland nicht nur dem Zeitungswesen, sondern vor allen Dingen auch den Publikationen mit ausgesprochen propagandistischem Charakter zugute kommen wird. Hier könnte er nicht nur den Offset ergänzen, vielmehr darüber hinaus Reklamedruckarbeiten vornehmster Art farbige Wirkungen geben, der Formen- und Farbensprache eine feinere, gewähltere sein soll, als sie der Offset zu geben vermag. Gedacht ist dabei in erster Linie an kunstgewerbliche Kataloge, Repräsentationsschriften und überhaupt an Reklamedrucksachen für gewisse Industrien, die, wie beispielsweise Modewarenhäuser, Pianofortefabriken, kunstgewerbliche Anstalten, Porzellanfabriken, Möbelfabriken, sich an ein gut situiertes, kunstverständiges Publikum wenden. Diese Gewerbezweige sind es, die sich in ihrem Werbeplan schon jetzt des einfarbigen Tiefdrucks bedienen, und sie werden sich dem Tiefdruck noch mehr zuwenden, wenn er eine mehrfarbige, und damit künstlerisch wie reklametechnisch gesteigerte Ausdrucksmöglichkeit gewährleistet.

DER OFFSETDRUCK

Von Fritz Hansen, Berlin

Wenn heute von der Zukunft der Drucktechnik die Rede ist, wird ganz besonders das Offsetdruckverfahren genannt. Es hat in verhältnismäßig kurzer Zeit eine so große Bedeutung erlangt, daß man sich mit Recht fragt, ob dieses Verfahren nicht eine Umwälzung in der Drucktechnik überhaupt anbahnt. Um sich darüber klar zu werden, ist es zunächst notwendig, daß Auf und Ab in der Entwicklung der Drucktechnik kurz zu skizzieren. Dabei zeigt sich, daß durch die Vervollkommnung des photomechanischen Dreifarbendrucks die Farbendruckverfahren, die früher die unbestrittene Domäne des lithographischen Flachdrucks waren, mehr und mehr dem Buchdruck zugeführt werden und so erklärt es sich, daß die Mehrzahl der neueren Erfindungen in der Flachdrucktechnik von dem Bestreben ausging, den lithographischen Druck dem Buchdruck gegenüber wieder konkurrenzfähig zu machen. In erster Linie geschah dies durch Einführung des Metalldrucks, der die Verwendung von Rotationsmaschinen ermöglicht. Worin aber der lithographische Druck nicht mit dem Buchdruck konkurrieren konnte, das war die geringe

SLUB Wir führen Wissen. gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG