

Man erhält auf diese Weise eine dem Originale entsprechende Kopie. Eine wichtige Rolle spielt bei der Autotypie die Wahl des richtigen Rasters, der von 15 auf den Zentimeter verteilten Linien bis zu dem 80 Linienraster und dem Kornraster reicht. Die genaue Kenntnis der Raster Eigentümlichkeiten ist umso wichtiger, als ohne dieselbe die Anwendung eines falschen Rasters und in weiterer Folge des Fehlgriffes eine ungenaue Wiedergabe des Originales erfolgt. Zur Herstellung großer Autotypien für Plakate usw. wendet man die sog. Gigantotypie an, deren Erfinder Johannes Giesecke in Leipzig ist.

**Stereotype; Mater.**

Unter Stereotypie versteht man jenen Vorgang, bei dem vom Satze Matrizen hergestellt und aus diesen Platten gegossen werden, die einen scharfen Abguß des Satzes ermöglichen. Durch die Stereotypie kann auch die Schrift geschont werden, da sich letztere bei vielen Abdrucken quetscht und schließlich nicht mehr zu verwenden ist. Viele Schriftgießer erklären sich als Väter der Stereotypie: van der May und Johann Müller zu Leiden, Ged in Edenburg, Valeyre in Paris, Alexander Tilloch und Foulis zu Glasgow, F. J. Josef Hoffmann zu Schlettstadt im Elsaß u. a. m. Die Stereotypie ermöglicht jederzeit den Druck neuer Auflagen von den durch sie erzeugten Platten; sie ermöglicht ferner die jahrelange bequeme Aufbewahrung billiger Matrizen, aus denen erst bei Bedarf wieder Druckplatten gegossen werden. Anfänglich verwendete man zum Stereotypieren eine Gipsmasse; gegenwärtig wird fast ausschließlich die Papierstereotypie angewendet, bei der die Matrize aus Bogen von Seiden- oder Löschpapier besteht, zwischen denen dünne, gleichmäßig ausgestrichene Schichten eines Breies ausgekochter Weizenstärke mit Schlemmkreide oder Magnesia zu liegen kommen. Auf die leicht geölte Form wird dann das Matrizenpapier gelegt und mit der Bürste gleichmäßig in den Schriftsatz eingeklopft.

## Der Träger des Angebotes.

**Die Werbsache.  
Begriff und  
Funktion.**

Die Werbsache ist Träger und Übermittler des Angebotes; keinesfalls aber das Angebot selbst. Werbsache ist entweder ein Mensch (Geschäfts-