

B E S P R E C H U N G E N

Jahrbuch der Schriftgießerei Stempel A.-G., Frankfurt a. M. Die neuen und älteren Schriften der Stempel A.-G. sind in der »Gebrauchsgraphik« jeweils bei ihrem Erscheinen gewürdigt worden. Heute brauchen wir uns nur als Liebhaber edler Buchkunst zu betätigen. Dazu gibt uns dieses Jahrbuch ergiebige Gelegenheit. Nachdem man den stattlichen Band mit stiller Genießereifreude einige Male durchblättert und sich an dem einen und andern schnell noch ein wenig privat gefreut hat, fällt der Blick auf den Brief: Antiqua und Fraktur. Er ist in Fraktur gesetzt. Damit ist eigentlich schon die Stellungnahme gekennzeichnet, nämlich Antiqua und Fraktur. Nun zu einem alten Meister der Buchdruckerkunst: Erhard Ratdolt. Schon beim ersten Durchblättern machte man ehrerbietig Halt, wenn man Abbildungen des »Euklid« oder eine Seite aus dem »Missale für Augsburg« vor Augen hat. Solche Leistungen entstanden in den Jahren 1482—1496! Leben und Werke dieses Großmeisters der schwarzen Kunst, der zugleich Pionier und Erfüller war, schildert mit Liebe und gelehrtem Fleiß Dr. Robert Diehl. Der Aufsatz »Buchgestaltung und Schrift« von Dr. Rudolf Wolf setzt sich mit der Mode der Elementaren Typographie auseinander und den Diktaturbestrebungen der Grotesk. Seinen Ansichten kann man nur beistimmen. Einer Anregung aus Amerika, die Holland und England schon aufgenommen hat, nämlich: die 50 besten Bücher des Jahres auf ihre typographische Vollendung auszuwählen und sie durch Ausstellungen der Fachwelt als Vorbilder zur Nacheiferung zu empfehlen, könnte man auch in Deutschland Folge leisten. Man muß das Gute nehmen, wo man es findet. Ferner enthält das Jahrbuch wieder eine Fülle typographischer Musterbeispiele: Inserate, Buchtitel und Buchseiten, die die Leistungsfähigkeit und die Reife des Geschmacks der Stempelschen Buchdruckerei von der besten Seite zeigt. *

Aus der Praxis der Exportpropaganda. Leipziger Meßamt, Leipzig. Diese gutgedruckte und übersichtlich angelegte Broschüre über die Praxis der Exportpropaganda des Leipziger Meßamts ist für jeden Deutschen, der im Wirtschaftsleben steht, von allergrößtem Interesse. Dem Meßamt stehen für seine Tätigkeit jährlich etwa 2 Millionen Mk. zur Verfügung, die ihm durch öffentliche Zuschüsse, durch Beiträge der Aussteller und Einkäufer und durch die Erträge von privatwirts-

schaftlich betriebenen Unternehmungen, woran es beteiligt ist, zufließen. Das Ergebnis ist, daß zu den beiden Leipziger Messen rund 40000 ausländische Einkäufer kommen, die unmittelbare Aufträge im Gesamtwert von über eine Milliarde RM. jährlich erteilen. Die Exportwerbungskosten erreichen also noch nicht einmal 2 vom Tausend des Umsatzes. An Hand dieser Broschüre kann man sich einen Begriff machen von der über den ganzen Erdball verbreiteten Organisation des Leipziger Meßamts. Man ist erstaunt über die bis ins einzelne gehende riesige Werbetätigkeit, die nicht etwa nur der Leipziger Messe zugute kommt, sondern der gesamten deutschen Wirtschaft. Alle zur Verfügung stehenden Werbemittel werden herangezogen. Individuelle Werbung durch Vertreter und Geschäftsstellen, Pressepropaganda: Artikel und Notizen, Inserate, Bilder, Filme, Plakate, Lichtbildervorträge, Lichtreklame usw. Das Leipziger Meßamt treibt reine Wirtschaftspropaganda: planmäßige, auf den Warenabsatz im Ausland gerichtete Werbung, und zwar konzentriert sich die Werbearbeit darauf, die Vorzüge der deutschen Ware hervorzuheben und alle technischen Fortschritte und fabrikatorischen Neuerungen vor den ausländischen Interessenten ins rechte Licht zu rücken. Der Erfolg dieser Exportpropaganda wird dadurch gewährleistet, daß das Leipziger Meßamt einmal durch dauernde Fühlungnahme mit der deutschen Wirtschaft stets Gelegenheit hat, deren Erfordernisse unmittelbar zu erkennen, und dann dadurch, daß es in dem Netze seiner 199 ausländischen ehrenamtlichen Vertreter und Geschäftsstellen in den Hauptplätzen von 86 Ländern und in einem Stabe geschulter Arbeitskräfte einen Werbeapparat besitzt, der auch hohen Anforderungen gerecht werden kann. Zu Maßnahmen der Leipziger Messe gehören die Exportausgaben der WEZ. (Wirtschafts- und Export-Zeitung), die Export-Adreßbücher in deutscher, englischer, spanischer und französischer Sprache, ein vielseitiger Auskunftsdienst über deutsche Exportfragen, worin sich die Vertreter und Geschäftsstellen im Ausland sowie die WEZ-Organisationen und die im engen Zusammenhange damit stehende Exportauskunftsstelle teilen.

Eine solche Institution verdient gewiß die Unterstützung der Allgemeinheit und allseitige Förderung. Wir wünschen deshalb der Broschüre die größte Verbreitung und recht aufmerksame Leser.