

nate den Kaufmann gespielt hatte, saß er mit vollen Roggenlägern da. Im ganzen hatte das Reich zu Beginn der neuen Ernte über eine halbe Million Tonnen, d. h. für siebenzig bis achtzig Millionen Mark Roggen in seinen Magazinen. Aber da die diesjährige Ernte wieder recht gut ist, kann das Reich seine Magazine nicht räumen, ohne die Preise ins bodenlose stürzen zu lassen. Was es mit diesem Getreide anzufangen gedenkt, hat es noch nicht verraten. Wenn es so weitergeht, werden wir wohl in Deutschland so weit kommen, wie in Südamerika, wo man in reichen Erntejahren den Weizen ins Meer schüttete oder Lokomotiven damit heizte.

Das ist die traurige Vorgeschichte der Roggenbrotpropaganda. Aber auch jetzt hat der Staat noch nicht eingesehen, daß sich gerade auf diesem Gebiet mit Zwangsmitteln nichts ausrichten läßt. Da er zu seiner eigenen Propaganda wohl doch kein richtiges Vertrauen hat, kommandiert er jetzt: Roggenmehl muß verbacken werden! Der Roggen darf nur bis zu einem bestimmten Grade ausgemahlen werden, und man geht sogar mit dem Gedanken um, das reine Weizenbrot ganz zu verbieten und nur noch eine Mehlmischung von Weizen und Roggen zuzulassen. Etwas vernünftiger sind die Bestimmungen des neuen Brotgesetzes, das die Bäcker zwingt, genau anzugeben, was und wieviel sie verkaufen, ob die Backware, die sie dem Käufer anbieten, reines Roggenmehl oder Weizenmehl oder Mischmehl enthält, und wieviel sie wiegt.

Aber auch damit allein wird man den Roggenverbrauch nicht heben. Wenn das Roggenbrot unbeliebt geworden ist, wenn der Brotverbrauch überhaupt und besonders der Verbrauch an Roggenbrot immer mehr zurückgeht, so hat das einen sehr einfachen Grund: die Bevölkerung mag nicht mehr, das Publikum macht nicht mehr mit. Es ist verärgert darüber, daß es von dem niedrigen Roggenpreis, von dem es täglich in den Zeitungen liest, beim Bäcker nichts merkt. Mehr noch als über den Preis ist es über

die mangelhafte Qualität verstimmt. Um es rundheraus zu sagen: das Publikum findet das Brot teuer und schlecht. Wir wissen, daß dieses Urteil in seiner Verallgemeinerung zu scharf ist, daß es allenthalben noch Bäcker gibt, die ein schmackhaftes Brot liefern. Aber bei dem wichtigsten Volksnahrungsmittel kommt es auf die Ausnahmen nicht an. Es ist ein unhaltbarer Zustand, daß besorgte Hausfrauen durch die ganze Stadt laufen, um sich ein gutes, schmackhaftes Brot zu beschaffen, daß man, wie in der schlimmsten Lebensmittelnot der Kriegs- und Inflationszeit einander Adressen zuflüstert: „Wissen Sie, wir haben da einen Bäcker . . .“ Es ist ein Widersinn, daß man Roggenbrot, wie eine Delikatesse in Silberpapier verpackt, in kleinen Päckchen kauft, weil eben gutes Roggenbrot eine Rarität ist. Man braucht nur daran zu erinnern, wie begehrt früher in der Zivilbevölkerung Kommißbrot war, und auch heute bemühen sich die Städter um gutes Landbrot.

Für den Genuß von schmackhaftem Roggenbrot bedarf es in Deutschland keines Werbefeldzuges. Nötiger wäre eine Kampagne für die Brotherstellung. Zur Zeit ist das Backen guten Brotes ein Kunstgewerbe. Es muß wieder ein Handwerk werden, auf das sich jeder Bäcker versteht. Anstatt Millionen in Scheunen und Magazinen verfaulen zu lassen und Hunderttausende für nutzlose Propagandaveranstaltungen herauszuwerfen, sollte der Staat sich lieber darum kümmern, worauf die mangelhafte Qualität des üblichen Roggenbrotes beruht: ob sie, wie manche glauben, mit dem Nachtbackverbot zusammenhängt oder mit unzureichenden technischen Vorrichtungen, oder ob es nur an der genügenden handwerklichen Sorgfalt fehlt.

Dann wird der Konsum steigen, dann werden die Landwirte ohne alle Stützungsaktionen bessere Preise erzielen, und die Roggenfrage wird sich von selbst lösen. Nicht: „Eßt Roggenbrot!“, sondern: „Bakt gutes Roggenbrot!“ heißt die Parole.