

Einblicke in die wirtschaftliche Entwicklung und in die Geschäftsbeziehungen

In den 80er Jahren des 19. Jahrhunderts belieferte die Druckerei Klingenberg mit ihren Produkten die Zigarrenindustrie in Norddeutschland, Westfalen, Württemberg, Bayern, Sachsen und Berlin. Darüber hinaus herrschten enge Geschäftsbeziehungen zu Hoffmanns Stärke Fabrik in Bad Salzuflen, für die die Druckerei Klingenberg die Etiketten herstellte. Gleichzeitig dehnte die Firma Klin-

genberg ihr Absatzgebiet bis in die Vereinigten Staaten, Kanada und Kuba aus. Der Status als druckgrafischer Zulieferbetrieb für andere Wirtschaftsbranchen wie Zigarren-, Süßwaren- und Genußmittelindustrie machte (und macht) einen Druckereibetrieb wie Klingenberg von den herrschenden wirtschaftlichen Verhältnissen abhängig.

1912 kam es in der norddeutschen Zigarrenindustrie zu Arbeitsniederlegungen, die sich auch auf die Umsätze



der Detmolder Druckerei niederschlugen; besonders hatten die Lieferungen von Zigarrenkistenausstattungen in die Provinz Westfalen nachgelassen. Da die Firma Klingenberg während dieser Zeit aber über genügend andere Aufträge verfügte, konnten in der Fabrik die Maschinenkapazitäten weiterhin voll ausgelastet werden. Das deutet auf eine gefestigte ökonomisch ausgewogene Gesamtsituation im lithografischen Betrieb von Klingenberg im ersten und zweiten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts hin. Mitte der 20er Jahre jedoch sanken die

Umsätze beträchtlich, was einerseits durch die wirtschaftlich schwierige Situation in der Zigarrenindustrie bedingt war. Im November 1913 waren noch 146.000 Arbeiter in der deutschen Zigarrenindustrie beschäftigt, 1925 bereits nur 76.000 und im Januar 1926 lediglich noch 8.000 Arbeiterinnen und Arbeiter.

Andererseits wirkte sich auch der schon während des Ersten Weltkrieges begonnene Währungsverfall auf die Geschäftslage der Druckerei Klingenberg aus. Als ge-

KLINGENBERG BROS DETMOLD
GERMANY.

NEW YORK OFFICE
41 EAST 21ST ST.
CHAS COHN-MANAGER

IMPORTED
CIGAR LABELS AND BANDS

Ever notice how much prettier a woman
looks in a handsome dress?
Your cigars too will look better when dressed
up with a KLINGENBERG label and band..

Kl. Bros. - EUR 361.
Gr. Bros. - E. 353.

THE KLINGENBERG STANDARD

samtwirtschaftliche Ursachen sind zu nennen: Deckung der Kriegskosten durch Kredite, hohe Reparationszahlungen, Versorgung von Kriegsverletzten, Kriegshinterbliebenen und Arbeitslosen; außerdem führten hohe Wareneinfuhren zu Devisenverlusten. Folgende Zahlen verdeutlichen den Geldverfall (zit. n. Geschichte und Gegenwart Bd. 4, S. 132):

Ein Roggenbrot kostete

1914	0,32	Mark
1918	0,53	Mark
1923		
Januar	250	Mark
Juli	3.465	Mark
August	69.000	Mark
Dezember	399.000.000.000	Mark

Die Inflation und die damit verbundene sinkende Kaufkraft blieben nicht ohne Auswirkungen auf das gesamte Etikettengewerbe. Der Produktionsrückgang wurde durch Tabaksteuererhöhungen weiter verstärkt, da hierdurch die gesamte Kalkulation der Zigarrenindustrie „auf den Kopf gestellt“ wurde. Dies führte dazu, daß große Zigarrenposten zu Schleuderpreisen abgestoßen werden mußten und damit eine sinnvolle Berechnung kaum möglich sein konnte.

Nicht nur im Zigarrengewerbe zeigte sich die miserable wirtschaftliche Situation, sondern auch in der Schokoladenindustrie. Hier waren Geldeingänge für die Druckerei Klingenberg außerordentlich schleppend. Um das geschäftliche Risiko nicht zu vergrößern, wählte die Geschäftsleitung Aufträge und deren Ausführung mit Bedacht und Umsicht aus. Insgesamt gesehen, mußte die Auftragslage zufriedenstellend gewesen sein, da im April

1925 alle Maschinen im Druckereibetrieb voll ausgelastet waren.

Wie aus den Geschäftsberichten zu entnehmen ist, verhalfen in den Folgejahren vor allem die ausländischen Exporte in der Zigarrenbranche zu befriedigenden Gewinnerträgen; ohne die ausländischen Geschäftsbeziehungen hätte die Produktion um ein Drittel oder ein Viertel gekürzt werden müssen.



Litografiestein mit dem Signet – die Katze – der Hoffmanns Stärke Fabrik in Bad Salzuflen

Der November 1927 brachte allerdings mit einem abermaligen Streik in der Zigarrenindustrie einen Verlust von 40.000 RM für den Betrieb. Während des dreiwöchigen Streiks ruhte der Lagerversand in der Druckerei. Die Lohnerhöhungen in der Zigarrenbranche zogen einen Preisanstieg der Endprodukte nach sich. Diese Preisschichtung hatte die Einführung neuer Packungen zur Folge. Für das druckgrafische Gewerbe Klingenberg bedeutete das entweder einen sofortigen Umsatz der alten auf Lager liegenden Etiketten oder ihre Vernichtung. Klingenberg sah in den Lohnsteigerungen und



Alex Hofmann

ihren Folgen die berechtigte Gefahr, daß Einsparungen beim Verkauf der Produkte lediglich bei der Ausstattung der Zigarren (Ringe, Außen- und Innendeckelbilder etc.), nicht aber in der Zigarrenherstellung selbst vorgenommen würden.

Ende des Jahres 1927 unternahm der Geschäftsführer Alex Hofmann eine zweimonatige Nordamerika- und Kanadareise. Er wollte sich vor Ort zum einen Einblicke in die Marktsituation für die Klingenberg'schen Produkte verschaffen, und zum anderen wollte er feststellen, ob die Auslandsvertretungen in guten Händen lägen. Sowohl die Auslandsvertreter in New York als auch in Montreal hätten, so Alex Hofmann, in den vergangenen Jahren bemerkenswerte Arbeit geleistet, insbesondere deshalb, weil seit 1924 auf jedem in Deutschland hergestellten Zigarrenetikett die sichtbare Aufschrift „printed in Germany“ vermerkt sein mußte. Für den Exportabsatz in die USA und nach Kanada ergaben sich hieraus nicht zu unterschätzende Schwierigkeiten insofern, als die Amerikaner Wert auf inländische Produkte legten nach dem politischen Grundsatz: Amerika den Amerikanern.

Alex Hofmann stellte außerdem auf seiner Reise fest, daß es in New Orleans im Staat Louisiana unmöglich war, erneut Druckaufträge zu bekommen; hier hatte die französische Konkurrenz aus historischen Gründen Vorrang. Eine ähnliche Erscheinung beobachtete Hofmann in der Provinz Ontario in Kanada, in der englische Produkte bevorzugt wurden.

Dennoch äußerte sich Hofmann – gemessen am Gesamtverbrauch von Zigarren – zufriedenstellend über den Marktanteil der bei Klingenberg in Deutschland gedruckten Zigarrenausstattungen. Er erhoffte sich aufgrund des guten Rufes der bei Klingenberg hergestellten Produkte eine Expansion der Geschäftsbeziehungen in den Vereinigten Staaten und in Kanada. Möglicherweise veranlaßten ihn zu dieser Annahme auch die neu eingegangenen „Ordres“ für Ringe und Packungen. Um die Aufträge in Zukunft weiterhin termingerecht ausführen zu können, sprach Hofmann sich für eine Erweiterung der Fabrik aus, die mit einer Rationalisierung der Produktion einhergehen sollte.

Während Hofmann 1927 noch die gute Auftragslage in den Vereinigten Staaten hervorhob, war sie Mitte 1929 beinahe vollständig zum Stillstand gekommen. Lediglich die Exportbeziehungen zu Holland, Belgien und Dänemark erwiesen sich noch als einträglich. Dennoch konnten diese Geschäftsbeziehungen und die außerordentlich diffizile Inlandslage eine unbezahlte Arbeitszeitverkürzung nicht verhindern, so daß – wie bereits im Frühjahr 1929 – an Sonntagen nicht mehr gearbeitet wurde.

Die Ursachen für die schlechter werdende Wirtschaftslage, die sich in der Weltwirtschaftskrise ausdrückte, waren vielschichtig. Etwa zeitgleich mit der Verkürzung der Arbeitszeit bei Klingenberg begann mit dem Tod Stresemanns und dem Bankenkrach in New York eine neue wirtschafts- und gesellschaftspolitische Entwicklungsphase. Das Reich strebte eine Neuordnung der Reparationszahlungen an; der Youngplan kam aufgrund der Weltwirtschaftskrise nicht zur Umsetzung und löste innerdeutsche Auseinandersetzungen aus. Da der Reichstag keine arbeitsfähige Regierung mehr zu bilden vermochte und sich damit selbst ausgeschaltet hatte, regierte der Reichskanzler Brüning mit Hilfe von Notverordnungen. Die von den Staaten erhobenen Schutz-zölle, zu denen die Weltwirtschaftskrise zwang, führte unter anderem, wie Hofmann feststellte, zu einer Überbesteuerung und Überbelastung der Betriebe.

Weltwirtschaftskrise sowie ein strenger Winter und eine Grippeepidemie verstärkten zudem die schwierige ökonomische Lage der Firma Klingenberg. Hinzu kamen weitere finanzielle Ansprüche an den Betrieb durch Lohnerhöhungen von vier Prozent; diese sollten durch einen Preisanstieg der Inlandsprodukte ausgeglichen werden. Die wirtschaftliche Effizienz des Unternehmens reichte gerade aus, um die Kosten zu decken. Eine Anzahl anderer angesehener Firmen ging während dieser Zeit in Konkurs.

Die zahlreichen Konkurse in dieser Branche brachten für die weiterbestehenden Betriebe Nachteile: Häufig wurden größere Posten von Zigarrenkistenausstattungen zu Niedrigstpreisen auf dem Markt angeboten, was für Klingenberg sowie für weitere Etikettenhersteller erneute Umsatzverluste mit sich brachte.

In der Folgezeit verschärfte sich die krisenhafte Wirtschaftssituation, insbesondere durch die Zurückziehung der großen amerikanischen Kredite aus dem Ausland, da die USA selbst unter Kapitalmangel litt; das englische Pfund und die nordischen Devisen sackten ab. Hinzu kam, daß die deutsche Zoll- und Steuerpolitik weiterhin anzog.

Die Exportmöglichkeiten wurden durch die Eindämmung der Wareneinfuhr in einzelne Länder begrenzter. Klingeberts Beziehungen zu Amerika waren im Juli 1933 zum Stillstand gekommen; zu diesem Zeitpunkt war Adolf Hitler bereits sechs Monate als Reichskanzler tätig und hatte die Notverordnungen sowie das Ermächtigungsgesetz erlassen. Die Exportbeschränkungen wirkten sich direkt auf den Betrieb und auf die Druckerei Klingenberg aus, so daß die Arbeitszeit auf 16 Wochenstunden reduziert werden mußte.

Einen Ausweg aus ihrer wirtschaftlichen Misere sahen die deutschen Etikettenhersteller in einem Zusammenschluß der deutschen Etikettenfabriken mit dem Sitz ihrer Vereinigung in Frankfurt a.M. Man wollte ein gemeinsames verbindliches Preisniveau herstellen, das nicht unterboten werden sollte. Hierdurch erhoffte sich die Branche eine Gesundung ihrer Betriebe. Aus heutiger Sicht muß man feststellen, daß die Etikettenfirmen als Zulieferbetriebe vermutlich die allgemeine wirtschaftspolitische Situation der Zeit verkannten: Das Auslandsgeschäft, das häufig einen Großteil des Umsatzes ausmachte, wurde immer stärker eingeengt, bis es schließlich ganz zum Abbruch der Exportbeziehungen kam.

Im Geschäftsbericht vom 8. April 1933 taucht erstmals der Begriff „Judenhetze“ auf. Unter der nationalsozialistischen Herrschaft weitete sich die Diffamierung der Juden in Deutschland ständig aus und wurde durch Verordnungen und Gesetze manifestiert. Die Geschäftsleitung der Firma Klingenberg, die einen hohen Prozentsatz jüdischer Kunden hatte, zeigte sich über diesen Umstand empört und verärgert. Allerdings setzte sie ihre Hoffnung auf die deutsche Regierung, die „alles, was in ihrer Macht steht“ tun sollte, „damit derartige Ausschreitungen in Deutschland endgültig“ unterblieben. Klingenberg erwartete, daß nach Unterbindung der antisemitischen Ausschreitungen „das Ausland wieder Vertrauen in die deutschen Verhältnisse“ gewinnen werden könne und damit die Export-Industrie wieder aufleben könnte. Die Mißachtung und Ablehnung des Auslands gegenüber Deutschland und den dort hergestellten Waren blieben jedoch ebenso wie die deutschen Verhältnisse unverändert bestehen. Aus Schweden hatte die Geschäftsleitung den Hinweis erhalten, daß in den dortigen Kontoren Schilder mit der Aufschrift ausgehängt waren: „Besuche von Deutschen nicht erwünscht“. Für das Zigarren-Etikettengeschäft in den USA war die Boykottierung der deutschen Produkte besonders schwerwiegend, da – wie bereits erwähnt – jedes Etikett mit dem Hinweis „printed in Germany“ versehen sein mußte. Somit konnte vom Konsumenten festgestellt werden, ob die Ware in Deutschland oder anderswo hergestellt worden war. Die amerikanische Kundschaft ging so weit, dem Zigarrenfabrikanten die Bedingung zu stellen, keine in Deutschland produzierten Waren abzunehmen. Aus verständlichen Gründen beugte sich der Fabrikant einer solchen Forderung. Für Klingenberg bedeutete diese Tatsache hohe wirtschaftliche Einbußen. Während in „normalen Zeiten“ 500 Personen in der Druckerei gearbeitet hatten, waren 1933 nur 350 Arbeiterinnen und Arbeiter in abwechselnden Schichten je zwei Wochentage beschäftigt. Obwohl die Firma Klingenberg 1934 noch nach Finnland, Däne-

mark, England und bedingt nach Brasilien und Argentinien exportieren konnte – die wirtschaftlichen Beziehungen zur Türkei brachen 1943/44 endgültig ab – war die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Druckerei Klingenberg gedrückt.

Mit Ausbruch des Zweiten Weltkrieges wurden an die Firma Klingenberg weiterhin erhöhte Anforderungen gestellt. Während das Inlandsgeschäft sich unverändert hielt, kam der Auslandsabsatz 1939/40 beinahe völlig zum Erliegen. Dies zog einen abermaligen Umsatzrückgang nach sich. Hinzu kamen die Schwierigkeiten in der Beschaffung von Hilfs- und Betriebsstoffen. Enorme Preissteigerungen fast sämtlicher Rohmaterialien, angefangen bei Papier über Farbe bis hin zu Kohlen verschlechterten die Situation. „Selbst mit unserem Steinmaterial haben wir uns beholfen.“

Dies erklärt möglicherweise die rückseitige Verwendung einiger Lithografiesteine. Durch die unzulängliche Materialauswahl mußten häufig Zeitverluste sowie ein Mehrverbrauch an Farben beim Druck von Naturpapieren in Kauf genommen werden, die anstelle von Chromopapieren verarbeitet wurden. Dringend erforderliche Reparaturen konnten nicht ausgeführt werden, was zu Maschinenausfällen oder einem teilweise improvisierten Produktionsprozeß führte. Darüber hinaus mußten etwa 50 der bei Klingenberg beschäftigten Männer und Frauen Heeresdienste leisten oder wurden zu anderen Arbeiten dienstverpflichtet, so daß eine bessere Ausnutzung der vorhandenen maschinellen Kapazitäten unmöglich war.

Um den Betrieb einigermaßen auslasten zu können, beabsichtigte Klingenberg einen Einstieg in die Spielkartenproduktion und schloß am 12. Juni 1947 einen Vertrag mit der Detmolder „Ariston“ Spielkarten GmbH, an der Klingenberg selbst mit einem Stammkapital beteiligt war. Für fünf Jahre mietete „Ariston“ einen 565 qm

großen Arbeitsraum in der zweiten Etage des Neubaus der Klingenberg'schen Fabrik sowie weitere Lagerräumlichkeiten. Da es „Ariston“ sowohl an Einrichtungsgegenständen als auch an Maschinen fehlte, zeigte sich Klingenberg bereit, sämtliche Druckarbeiten für die Spielkartenproduktion zu übernehmen sowie auch Werkzeuge, Büromaterialien und Transporteinrichtungen pachtweise zur Verfügung zu stellen.

In den ersten Nachkriegsjahren 1946/47 kam es zu Einschränkungen und Störungen in der Stromlieferung für die Druckerei Klingenberg. Kohlenmangel und unzulängliche Anlieferungen von Roh- und Hilfsstoffen sowie von neu bestellten Maschinen führten zu betrieblichen Schwierigkeiten. Nicht zuletzt die strengen Winter und die unzureichende Ernährungslage wirkten sich auf die Arbeiterinnen und Arbeiter aus. Nach der Währungsreform am 20. Juni 1948 reduzierte die Geschäftsleitung bei Klingenberg ihr Warenlager. Bereits 1948/49 konnte eine Reihe von wirtschaftlichen Mißständen in der Druckerei Klingenberg aufgehoben bzw. reduziert werden: Die Stromversorgung und die Kohlenzuteilung verliefen wieder reibungslos; der Mangel an Roh- und Hilfsstoffen fiel kaum noch ins Gewicht; eine Anzahl von weiblichen Hilfskräften konnte erneut eingestellt werden. Lediglich die Beschaffung von Chromopapier und von guter „friedensmäßiger“ Druckfarbe ließ zu wünschen übrig.

Als Hauptabnehmer des druckgrafischen Etikettengewerbes Klingenberg sind für diese Zeit Brennereien und Likörfabriken zu nennen, auch Zigarrenfabriken wurden weiterhin beliefert. Die Auftragslage erlaubte eine Aufstockung von 260 auf 285 Arbeiterinnen und Arbeiter. Als bemerkenswert hob die Firmenleitung die Überstundenbereitschaft aller Mitarbeiter hervor. Das Fehlen von Fachkräften ließ sich vorerst nicht beheben, da diese weder in Detmold noch in der Umgebung verfügbar waren. Außerdem machten die bestehenden

Wohnungsvorschriften und die Wohnungsnot ihren Zuzug beinahe unmöglich. Ein ehemaliger, seit 1924 bis in die 70er Jahre bei Klingenberg beschäftigter Drucker erinnerte sich: „Nach dem Krieg, als wir keine Beschäftigten kriegen konnten, da bin ich mit 'nem Fahrrad nach Bielefeld gefahren, um dort die Leute wegzuholen, von Gundlach.“

Die sich scheinbar normalisierende wirtschaftliche Situation der Firma Klingenberg wurde zu Beginn der 50er Jahre abermals durch Schwierigkeiten in der Rohstoffversorgung geschwächt. Hinzu kamen Preiserhöhungen, die bei Papier um 40 Prozent, bei Bronze sogar bei 120 Prozent lagen. Auch die Kohlenpreise stiegen nicht unwesentlich. Bereits 1951 durfte der Betrieb die benötigte Elektrizität nicht mehr selbst herstellen. Außerdem standen tarifrechtliche Lohnerhöhungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an. Um diese finanzielle Mehrbelastung innerbetrieblich mindern zu können, erhöhte Klingenberg die Produktpreise um zehn Prozent. Die inländische Zigarren- und Schokoladenindustrie hielt aufgrund von bevorstehenden ungünstigen Steuerverhältnissen mit Aufträgen für Klingenberg zurück. Der Warenexport litt weiterhin unter Einfuhrbeschränkungen; mittel- und südamerikanische Staaten verboten die Einfuhr; Lieferungen in die USA scheiterten an hohen Zöllen und dem Markierungszwang „printed in Germany“.

Eine weitere Ursache für den schlechten Absatzmarkt war die allgemein verminderte Kaufkraft der Kunden. Die Ausgaben der Privathaushalte beschränkten sich im allgemeinen auf lebensnotwendige Anschaffungen. Dieser Umstand wirkte sich auf die Auftragslage der gesamten deutschen Industrie aus. Ein – wenn auch bescheidener – Ausweg, wurde von Klingenberg in der neuen Produktion von „billigen“ Zigarren- und Schokoladenpackungen gesehen. Die krisenhafte Situation in der Druckerei Klingenberg schien 1952 bereits wieder be-

hoben, da die 293 Mitarbeiter volle 47½ Wochenstunden arbeiteten. Im selben Jahr kam es vom 6. bis 15. Dezember hier wie auch anderswo zu Streiks, um Lohnerhöhungen durchzusetzen.

Für die Folgejahre läßt sich eine allmähliche Belebung des Außenhandelsgeschäftes verzeichnen; neben dem Saargebiet werden Dänemark, Schweden sowie Thailand beliefert. Dies machte allerdings nur etwa zehn Prozent des Gesamtumsatzes – früher waren es ca. 50 Prozent – bei Klingenberg aus. Ein Export nach Nordamerika, Belgien und Holland ließ sich nicht realisieren, da die holländischen Druckereien preisgünstigere Produkte anboten. Hinzu kam eine nicht zu unterschätzende Konkurrenz durch den Zuzug von Fachkräften aus dem Druckereigewerbe aus den Ostgebieten und damit verbundene Betriebsneugründungen; das heißt: die Druckkapazität war größer als die Auftragsdecke.

1953 plante man technische Innovationen und eine Rationalisierung der Arbeitskapazitäten: Der Steindruck hatte sich überlebt. Offsetmaschinen und eine moderne technische Fotoeinrichtung waren erforderlich. Hiermit war eine erneute Reduzierung der ehemals 35 und zur Zeit 24 Steindruckschnellpressen notwendig, um Platz für neue Maschinen zu schaffen.

Diese Rationalisierungsmaßnahmen zogen Entlassungen von Arbeitskräften nach sich. In den Folgejahren

kam es zu einer spürbaren Stabilisierung der wirtschaftlichen Verhältnisse. Durch die intensiven Bemühungen der Verkaufsabteilung konnte der Absatz der Firma Klingenberg – insbesondere in der Genußmittelindustrie – gesteigert werden, wenngleich die Konkurrenzsituation außerordentliche Anstrengungen der Druckerei erforderten.

Obwohl die wirtschaftliche Situation der Druckerei Ende der 70er und Anfang der 80er Jahre schwierig war, erzielte die Gebrüder Klingenberg GmbH Offsetdruckerei nach dem Umzug des Betriebes in die neuen Räumlichkeiten am Hansaweg mit Hilfe von hochtechnisierten Automaten und Maschinen sowie durch rationelle Auftragsabwicklungen ein marktorientierteres Produktangebot. Zur Zeit steht die Offsetdruckerei in bundesweiten Verbindungen mit bedeutenden Werbeagenturen.

Hauptabnehmer der Klingenbergischen Produkte ist u. a. die Automobilindustrie von Mazda, Toyota, VW, Audi und BMW sowie die Zigarettenindustrie z. B. der B.A.T (British America Tobacco), für die Klingenberg die Werbekampagne der Zigarettenmarken Gauloises blondes und Lucky strike drucktechnisch betreut. Exportbeziehungen unterhält Klingenberg zu der Firma Scandecor in Uppsala in Schweden.

(Ta.)