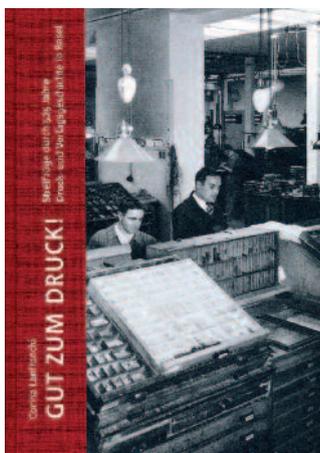


GUT ZUM DRUCK!

Das Basler Druck- und Verlagshaus Schwabe feierte 2013 sein 525-jähriges Bestehen. Anlässlich dieses Jubiläums stellte Corina Lanfranchi die Verlagsgeschichte des Traditionshauses in einer reich illustrierten Ausgabe neu zusammen. Dabei unternimmt die Autorin Streifzüge durch die Epochen, um die Verlagsgeschichte anschaulich zu machen: entlang der verschiedenen Schauplätze, an denen die Petris, Schweighausers und Schwabes sich in die Geschichte der Druckerstadt Basel eingeschrieben haben. Anekdoten und Geschichten, die sich um bekannte und weniger bekannte Werke der Offizin ranken, lockern das Werk auf, das anders als die monumentale, zweibändige und über 2.000 Seiten starke Schrift «1488 Petri – Schwabe 1988» von Frank Hieronymus, die vor 25 Jahren zum 500-Jahr-Jubiläum erschienen war, leicht lesbar ist.

Natürlich beginnt die Geschichte, als der Firmengründer Johannes Petri einst aus dem fränkischen Langendorf in die Universitätsstadt Basel zog, wo er 1488 zünftig wurde und als einer der «Drei Hannsen» bald schon zu den

renommiertesten Druckern der Stadt gehörte. Druckerei und Buchgeschäft führte er im Ackermannshof in der St. Johans-Vorstadt. Ihm folgte sein Neffe Adam Petri, der dann in dem emsigen Handwerksquartier nahe des Birsig, an der Weissen Gasse 28, lebte und arbeitete. Sohn Heinrich, der auf Vermittlung Vesals für seine Verdienste als Drucker den Adelstitel erhielt, druckte in



der St. Alban-Vorstadt, im Haus Zum Heiligen Geist. Marktplatz, Schwanengasse, Klosterberg, Steinentorstrasse und auch die Farnburgerstrasse in Muttenz, wo heute die Produktion angesiedelt ist, sind weitere Stationen in der Geschichte von Verlag und Druckerei.

Die Erzählung ist angereichert durch spannende Fensterbeiträge aus themenverwandten Bereichen und wird damit zu einer Geschichte des Buchdrucks bis hin zu heutigen Produktionstechniken.

So ist das Buch eine fantastische Reise in die Epoche der Renaissance, die uns zu den Ursprüngen der Druckkunst zurückführt. Das alleine ist spannend genug, um im Buch zu blättern, zu schmökern und sich von der Kunst unserer Ahnen begeistern zu lassen. Doch was uns fast ebenso beeindruckt hat, ist das, was

Ruedi Bienz, Inhaber und Vorsitzender der Geschäftsleitung des Verlages, in seinem Geleitwort geschrieben hat.

«525 Jahre – das ist eine stolze Zeitspanne! Doch ein Jubiläum legitimiert sich nicht nur aus der reinen Anzahl an Jahren, sondern vielmehr aus den Inhalten, mit denen sie angefüllt sind», schreibt er. «Aber was ist schon ein Jubiläum, wenn es bei einem Rückblick auf Vergangenes bleibt, ohne dass sich daraus Perspektiven für die Zukunft ergeben?»

Wer mit diesem Buch in die Vergangenheit blickt, spürt, dass nicht nur wir mit wirtschaftlichen, technologischen und gesellschaftlichen Umwälzungen konfrontiert sind. Die Geschichte des Schwabe Verlags liest sich über weite Strecken wie ein Abenteuerroman mit ungewissem Ausgang. Oft schon in den 525 Jahren waren der Fortgang und die Ausrichtung des Unternehmens nicht klar abzusehen. Immer wieder stellten sich grosse, kaum zu überblickende Probleme in den Weg. So schrieb Ende der 1930er Jahre Benno Schwabe: «Heute dürfte das Schicksal des Buches mehr als unsicher, ja gefährdet sein. Trotzdem glauben wir, das Verlegen nicht einstellen zu sollen».

Und daran anknüpfend erläutert Ruedi Bienz: «Noch immer glauben wir an die Zukunft von relevanten, seriös erarbeiteten und aufbereiteten Inhalten. Das Buch, ob in gedruckter oder elektronischer Form, ist und wird weiterhin ein Träger dieser Inhalte sein. Wir wissen, dass wir grossen technologischen und gesellschaftlichen Veränderungen ausgesetzt sind. Wir werden uns, wie schon unsere Vorfahren, beständig den Zeichen der Zeit anpassen müssen.» Ziel sei das Erreichen des 600-jährigen Jubiläums. Und dazu skizziert Bienz die Leitlinien: «Die langfristige qualitative Entwicklung des Unternehmens steht über kurzfristiger Gewinnoptimierung; qualitatives Wachstum steht über Quantitativem und Mitarbeiter, Geschäftspartnerinnen und -partner, Autorinnen und Autoren sind unser wichtigstes Zukunftspotenzial.»

Gut zum Druck! Corina Lanfranchi.
431 Seiten gebunden, mit zahlreichen, zum Teil farbigen Abbildungen.
CHF 39.80
ISBN 978-3-7965-2917-7

DRUCKMARKT impressions

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design



DER DRUCKMARKT FÜR ZWISCHENDURCH

Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen können oder die Informationen, die nicht auf das nächste Heft warten sollen, finden Sie in unserem PDF-Magazin «DRUCKMARKT impressions», das etwa alle zwei Wochen auf der Internet-Seite des «Druckmarkt» publiziert wird.

Dabei ist «Druckmarkt impressions» kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin im PDF-Format, das zeitversetzt oder parallel und als Ergänzung zu den in der Schweiz und in Deutschland publizierten Ausgaben erscheint.

Damit ist «Druckmarkt impressions» ein ergänzendes Format unseres Fachmagazins: mit Nachrichten, Basisartikeln, Anwenderreportagen, Termitabellen für die nächsten Monate, aktuellen Terminen, ergänzenden Informationen und ganzen Schwerpunktausgaben.

Dabei machen die Links zu weiterführenden Informationen oder auf zurückliegende Ausgaben zu einem lebendigen Medium, das die gedruckten Ausgaben des «Druckmarkt» aktuell und zeitgemäss ergänzt.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT 
Themen auf den Punkt gebracht.