

kocht werden konnte. So annoncierte 1887 die „Dampfschokoladen- und Zuckerwarenfabrik“ in Norden 150 Stück Tragant-Massenware zu fünf Mark.

Reservate der zuckrigen Tafelpracht blieben nur wenige Villen der Reichen und etliche traditionsbewußte Herrscherhäuser. Den Rothschilds in Paris etwa liefert heute noch die auf ausgefallene Konfiserie spezialisierte Marielouise Lapiere pfundweise Obst und Blumen ins Haus — wie Glas aus Zucker geblasen. Und von der Londoner Hofkonditorin Maria Floris, die früher alljährlich Winston Churchills Geburtstagskuchen backte, wird berichtet, sie modelliere ihre Köstlichkeiten mit schöpferischer Inbrunst wie für die Ewigkeit.

Als Lady Churchill die Zuckerbäckerin einmal fragte, wie denn eines ihrer Torten-Kunstwerke angeschnitten werden müsse, habe sie — so meldet Hansen — „plötzlich die anhebende Vernichtung des in tagelanger Arbeit Geschaffenen begriffen“ und sei allsogleich „in Tränen ausgebrochen“.

BÜRO

FARBKOPIEN

Trocken am Ziel

In satten Farben leuchteten die Papierbögen, die aus dem schuh-schrankgroßen Kasten quollen. Ihre Entstehung freilich blieb im dunkeln.

Denn die Erfinder der Farben-Truhe möchten den technischen Trick nicht verraten, der einen weiteren Schritt im Vormarsch der Bürotechnik markiert: Zum erstenmal lassen sich — auf speziellem Papier — farbengeheure Büro-Kopien von farbigen Vorlagen anfertigen.

Hersteller des ersten marktreifen Farbkopier-Geräts der Welt (Handelsname: „Color-in-Color“) ist der amerikanische Konzern „3M Company“. Ende letzten Monats wurde das Gerät auf der Jahresmesse der amerikanischen Büroausstatter vorgeführt. Schon vorher war ein Prototyp bei europäischen Interessenten herumgereicht worden, zuletzt Anfang Oktober auf der Kölner „photokina“.

Damit ist die Firma 3M als erste am Ziel des „Rennens nach dem Farbkopierer“ („New York Times“). Das Rennen hatte allerdings mehr einem Versteckspiel geglichen: Nur gerüchete-weise kursierten während der letzten fünf Jahre Informationen über Farbkopier-Versuche in der Branche. Demnach arbeiten außer 3M auch der Elektronik-Konzern RCA und die Photofirma Polaroid (beide bisher nicht im Kopier-Geschäft) an der Entwicklung ähnlicher Verfahren. Lediglich die Firma Xerox erklärte öffentlich, daß ihre Ingenieure mit Farbkopier-Experimenten befaßt sind.

Die neue 3M-Maschine gleicht äußerlich einem herkömmlichen Büro-Kopiergerät. Aber was die geheimnisvollen 60 Sekunden anlangt, die bis zum Erscheinen des fertigen Farb-Positivs jeweils verstreichen, so beschränkte



Farbkopiergerät „Color-in-Color“
Geheimnisse im Kasten

sich 3M-Manager Carl Kuhrmeyer vor US-Journalisten auf einige Negativ-Hinweise: Im Gegensatz zum traditionellen Farbphotoverfahren sei der „Color-in-Color“-Prozeß trocken und komme ohne silberhaltige Chemikalien aus. Und anders als bei der Xerographie (einem schwarzweißen Trocken-Kopierverfahren) würden keine elektrischen Ladungen zum Einfärben der Bögen benutzt.

Der US-Verbraucher wird für eine Farb-Kopie, so schätzt Kuhrmeyer, etwa zwei Mark zahlen müssen, rund zehnmal soviel wie für eine Schwarzweiß-Kopie. Und vorerst ist das Gerät noch in einem Punkt technisch unvollkommen: Es kann keine Nuancen, sondern nur satte Farbfächen wiedergeben. Dieser Mangel wird sich jedoch durch technische Weiterentwicklung, wie die 3M-Leute hoffen, bald beheben lassen.

3M-Marktforscher wollen jedenfalls ermittelt haben, daß schon jetzt das Gerät, dessen Serienfertigung im nächsten Jahr beginnen soll, beispielsweise bei Werbefachleuten großes Interesse findet. Kuhrmeyers Prognose: Schon in fünf Jahren werden sich 15 Prozent des Büro-Kopier-Marktes verfärbt haben.

FERNSEHEN

ENGLAND

An alle leitenden Herren

Auch auf Englands Fernsehschirmen tagt ein TV-Gericht. Doch die britischen Geschworenen ahnden keine fingierten Fälle von Totschlag, Fahrerflucht und Kuppelei; sie urteilen über das Fernsehen selbst.

Nach dem Ritual von Strafprozessen unterwirft die Londoner Funk-Gesellschaft BBC an jedem Dienstagabend ihr eigenes TV-Programm dem Richterspruch des Publikums und sendet das Tribunal live.

Mit dieser „Talkback“ (etwa: Widerspruch) benannten Serie, die von der Tageszeitung „Sun“ zu den „zwei oder drei wirklich anregenden Dar-

bietungen“ gezählt wird, kontrolliert die BBC-Redaktion das Echo ihrer Sendungen und öffnet dem Unmut der Zuschauer ein Ventil:

Verstimmte BBC-Kunden, die das Programm in Briefen attackieren, werden ins Studio eingeladen und tragen dort ihre Klagen mündlich vor; Redakteure führen die Verteidigung, und ein politischer Kommentator amtiert britisch-dezent als Richter.

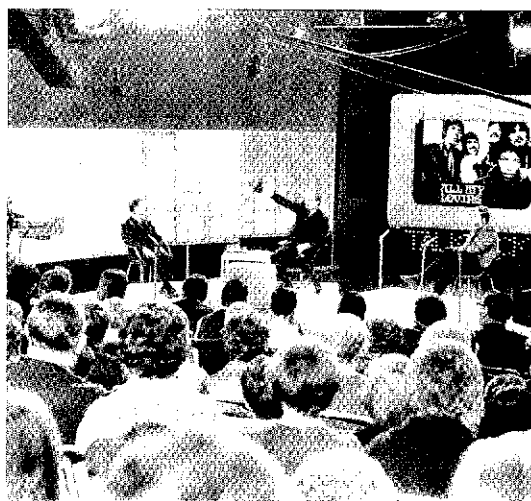
Den Ausschlag im peinlichen Verfahren jedoch gibt eine — von Soziologen ausgesuchte — repräsentative Hundertschaft aus dem Publikum: Nach Schluß des Plädoyers zeigen die Gäste Zustimmung oder Ablehnung durch Knopfdruck an. Ein „Votemeter“, ein thermometerähnliches Gerät, registriert das Resultat in Prozenten.

70 Prozent der „Talkback“-Geschworenen stimmten zum Beispiel dem Vorwurf eines Schuldirektors zu, die BBC verwende zuviel Sendezeit auf Rassenfragen. 50 Prozent teilten auch die Meinung des Pädagogen, die Redaktion sei farbigen Einwanderern wohlgesinnt.

Klagen über zu großen Freimut in Sachen Sex oder Königshaus hingegen brachen zusammen: Nur drei Prozent des richtenden Kollegiums nahmen Anstoß an einem Komödianten-Monolog vor dem Himmelbett der Queen, nur zwei Prozent hielten die BBC für sittenlos.

Doch nicht allein über Gesinnungs-Fragen, auch über praktische Details urteilt die „Talkback“-Runde. So rügten die TV-Richter die Ähnlichkeit der beiden BBC-Programme, zu häufige Wiederholungen und die Begleitmusik bei Kriminalspielen.

Von derlei Zuschauerkritik sind einige TV-Produzenten so beunruhigt, daß sie die Fernsehgesellschaft zur Absetzung der Sendung drängen. Doch die BBC läßt die Zuschauer weiter über das Programm zu Gericht sitzen. Die Urteilsprüche werden nun sogar, so gab ein BBC-Sprecher bekannt, „allen leitenden Herren zugänglich gemacht und tun bestimmt ihre Wirkung“.



BBC-Sendung „Talkback“
Monolog am Himmelbett der Queen