

er in der Juni-Ausgabe. 58,8 Prozent der Bezieher sprachen sich für die neue Type und 41,2 Prozent für die alte aus. Insbesondere zwei Leser hätten «geharnischt» gegen diese Schriftart protestiert: «Die neue Type ist ja geradezu unmöglich klein gehalten. Man könnte direkt glauben, mit der neuen Type hätten Sie eine Interessengemeinschaft mit Augenärzten oder mit Lupenfabrikanten geschlossen.»⁷⁷ Der andere Abonnent schrieb sogar von «einem Attentat auf seine Sehkraft», berief sich dabei auf einen Augenarzt und drohte mit Abbestellung der Zeitschrift.⁷⁸ In der Folge wandte sich Zickert an zwei Augenärzte und bat sie «um Begutachtung der beiden Typen vom Standpunkt der Augenhygiene aus». «Der eine hat Prüfungen in der Sprechstunde an etwa 50 Patienten mit verschiedenen Augenbeschwerden vorgenommen. Mit grosser Übereinstimmung (88 %) sei die alte Type als besser zu lesen und als weniger ermüdend empfunden worden. Sie sei auch fehlerfreier gelesen worden. Das Schriftbild als Ganzes sei dagegen bei der neuen Type leserlicher, weil die Wortabstände grösser sind.»⁷⁹ Der zweite Augenarzt – selbst ein Leser des *Spiegels* – teilte Zickert auf seine Anfrage Folgendes mit: «Die Typen des neuen Druckes sind den alten fast gleich, sind gleich gross und scharf konturiert. Durch ein Näherrücken der Buchstaben im Wort sind aber die Wortbilder etwas verändert. Die Buchstaben beider Drucke sind demnach gleich gut leserlich.»⁸⁰

Zum Schluss führte Zickert aus, es sei nicht beabsichtigt gewesen, «den *Spiegel* vollständig in der einen oder anderen Type zu drucken, sondern beide Typen zu verwenden, und das scheint mir auch jetzt wieder das Zweckmässigste zu sein nach dem Ergebnis der Rundfrage.»⁸¹

Zickert startete mit der Herausgabe seiner Finanzzeitschrift inmitten der grössten Wirtschaftskrise des 20. Jahrhunderts. Was die Leute damals am nötigsten brauchten, war eine fundierte Börsenberatung. Aber wer vertraut schon anderen in solchen Zeiten? In mühevoller Kleinarbeit und durch die Qualität seiner Publikationen gelang es Zickert, langsam einen Kundenkreis für den *Spiegel der Wirtschaft* aufzubauen. Der eigentliche Erfolg kam jedoch erst 1936.⁸² Nach seinen eigenen Angaben hatte die Zeitschrift im Juli 1936 «Bezieher in 29 verschiedenen Ländern, bis nach China und Südamerika», wobei – wie er schrieb – der *Spiegel* «überwiegend von den deutschsprechenden