

Poesie in dem weitherrschenden Wien«. Noch höher wird G. F. Draxler gestellt: »Frische und Lebendigkeit charakterisiert seine Darstellungsweise vorteilhaft. Er würde unstreitig zum ersten Poeten Österreichs sich erhoben haben, wenn ihm zeitig eine glücklichere äußere Stellung beschieden gewesen wäre«. — Von dem völlig vergessenen Ed. Ferrand (Ed. Schulz) aus Landsberg weiß das Buch zu berichten, daß er »hervorragend durch Innigkeit und Glut« sei. Er »erinnert an die Schiller'sche Lyrik aus der ersten Epoche«.

Wer weiß heute noch etwas von Deinhardstein, von Aug. Peters, J. Patuzzi, Karl Ziegler, Pröhle, Pyl, von Gustav Kühne, Th. Klein, Alfred Weisner?

Noch bezeichnender ist ein Verzeichnis der Dichter, die der Verfasser der Aufzählung für unwert hält. Ungenannt bleiben die Jugendgenossen Goethes aus der Sturm- und Drangzeit. Ungenannt bleiben auch Matthias Claudius und Wilhelm Hauff. Auch Storm, dessen Gedichte 1852 erschienen, wird nicht erwähnt; ebensowenig Wilhelm Raabe (Chronik der Sperlingsgasse: 1855). Vergessen sind vom Verfasser E. L. A. Hoffmann, Stifter, Grabbe, Holtei, Klaus Groth und Fritz Reuter, auch Conrad Ferdinand Meyer, Viktor von Scheffel und — beinahe möchte man selbstverständlich sagen: Mindwig' Landsmann, der Leipziger Richard Wagner.

\*

Soll man, kann man dem Professor Mindwig ob seiner Fehlurteile grollen? Soll man, darf man Goethes Gedicht vom Rezenten, dem Hund, den man totschlagen soll, auf ihn anwenden? — Wollen wir uns nicht lieber hinterm Ohr kratzen und uns der Zeit erinnern — sie liegt ja gar nicht so weit hinter uns —, zu der die deutschen Literaturzeitschriften und nicht nur diese, sondern auch viele unserer maßgebenden Tageszeitungen neben Gerhart Hauptmann und Thomas und Heinrich Mann eigentlich nur noch die beiden Zweigs, Feuchtwanger, Wassermann, Sternheim, Landsberger, Döblin, Bab, Borsel, Ludwig-Cohn, Max Brod, Hasenclever usw. gelten ließen? War es nicht im zwanzigsten Jahrhundert noch möglich, das Dasein der besten wirklich deutschen Dichter dem großen deutschen Publikum zu verheimlichen? Konnte man nicht noch vor zwanzig Jahren Meyrinks »Solem« neben Goethes Faust stellen?

Mindwig hat es sicher ehrlich gemeint, weitaus ehrlicher als die Trompeter, die Jahrzehnte hindurch die Posaunen um Jericho bliesen. Aber zweierlei ist aus seinem Buche zu lernen: Die diplomiertesten Literaturfachverständigen tun gut, wenn sie in ihrem Urteil etwas bescheidener werden. Und das Literatur verkonsumierende Publikum möge sich mehr auf sein eigenes Urteil und weniger auf das der Literaturpäpste verlassen.

## Über nationalen Takt im Geschäftsleben\*).

Von Dr. Paul Reuth, Saarbrücken.

Wir leben in einer großen Zeitenwende, die nicht nur äußerlich vieles umgestaltet oder gar beseitigt hat, was von alters her überkommen ist. Immer deutlicher wird es, daß die äußerlichen Veränderungen nur das Sekundäre sind, nur Auswirkungen einer innerlichen Wandlung des Menschen. Es ist leicht, einzusehen, daß viele, vielleicht sogar die meisten Menschen dem Neuen gegenüber, das da werden soll, oft recht unsicher sind. Sie fühlen wohl, daß auch sie sich umstellen müssen, aber sie wissen nicht immer, wie das im einzelnen zu geschehen hat. Aus dieser Unsicherheit heraus läßt sich vieles erklären, was heute als Übertreibung, Geschmacklosig- und Taktlosigkeit wirkt, was aber meistens gar nicht als solche beabsichtigt ist.

Zu den erzieherischen Kräften, die in dieser Situation besondere Pflichten haben, gehören auch die Wirtschaftsverbände. Tradition und Einsicht in die gegenwärtige Lage verpflichtet sie deshalb, soweit es in ihren Kräften steht, gerade jetzt auf dem Wege zur Bildung einer neuen Wirtschaftsgesinnung wegweisend zu sein.

Heute möchten wir einmal mit aller Deutlichkeit auf Fragen zu sprechen kommen, die mit dem Thema Patriotismus und Geschäft in Verbindung stehen, Fragen, die besonders heikel, aber auch besonders bedeutungsvoll sind.

Grundsätzlich ist zu sagen, daß jede Vermischung von Geschäft und Patriotismus bedenklich ist. Wer glaubt, mit Patriotismus Geschäfte machen oder sein eigenes Geschäft vorwärts bringen zu können, ist alles andere, nur kein Patriot. Denn das Hereinziehen vaterländischer Werte in das Geschäftsleben bedeutet eine Profanierung. Jeder Kaufmann, der es mit diesen Dingen ernst

meint, sollte deshalb persönlich darauf bedacht sein, Patriotismus und Geschäft möglichst auseinander zu halten. Der deutsche Kaufmann soll zum Ausdruck bringen, daß man mit seinem Deutschtum keine Geschäfte machen darf.

Jeder, der bewußt und ehrlich deutsch empfindet, wird z. B. schon nicht gerne sehen, wenn das Wort »deutsch« zur Kennzeichnung einer Firma oder eines Geschäftes gebraucht wird, etwa in der Form »Deutsches Geschäft« u. dgl. mehr. Wohin sollte es führen, wenn alle deutschen Einzelhandelsgeschäfte — es gibt deren mehrere Hunderttausend — sich in ihrer Firmenbezeichnung das Wort »deutsch« zulegen wollten? Bedeutet es für alle diese Geschäfte, die zum Teil schon jahrzehntelang bestehen oder sogar auf über hundert Jahre Tätigkeit zurückblicken, nicht eine, wenn auch ungewollte, Herabsetzung, wenn namentlich bei Neugründungen jetzt die Firmenbezeichnung »deutsch« Mode wird?

Welch eine Inflation und damit Entwertung des Begriffes deutsch müßte entstehen, wenn alle diese Geschäfte nun auch dazu übergehen würden, sich als »deutsches Geschäft« zu bezeichnen? (Wir wollen hier einmal ganz davon absehen, daß die Frage, wer sich »deutsches Geschäft« nennen kann, noch sehr ungeklärt ist. Ist es deshalb nicht klüger und weitsichtiger, ja ist es nicht sogar notwendig, daß eine solch ungeklärte Frage besser überhaupt nicht aufgeworfen wird?) Wir sollen doch darauf halten, daß wir nicht nur in religiösen, sondern auch in vaterländischen Dingen Worte, die uns heilig sind, »nicht unnützlich führen«. Nicht das Firmenschild oder die zuzählige Bezeichnung »deutsch« macht den deutschen Kaufmann, und nicht an diesen äußeren Bezeichnungen soll man ihn als solchen erkennen, sondern an seinem eigenen Wesen und der Art seiner Geschäftsführung. Von dem Wort »national« oder »vaterländisch« ist daselbe zu sagen wie von dem Wort »deutsch«.

Auch mit nationalen Symbolen sollte der Kaufmann keinen Mißbrauch treiben. Wir wollen uns darüber freuen, daß unser Volk wieder ursprünglich und lebendig genug die Kraft fühlen gelernt hat, die von solchen Symbolen ausgehen kann. Wir sollten uns dann aber auch davor hüten, diese Zeichen in den Dienst wirtschaftlicher Propaganda zu stellen und dadurch zu profanieren. Die deutschen Nationalfahnen z. B., für die Millionen Volksgenossen ihr Leben gelassen haben, sollten ein für allemal gegen eine Herabwürdigung zur Geschäftsfahne gesiegt sein.

In gleicher Weise ist es zu beanstanden, wenn nationale Symbole, wie etwa das Eisene Kreuz oder das Falkenkreuz, zu geschäftlichen Zwecken auf Geschäftspapieren, in Inseraten, Reklamen, Schaufenstern usw. regelmäßig benutzt werden. Auch das Wort Parteigenosse oder die abgekürzte Form Pg. sollte in der geschäftlichen Werbung nach Möglichkeit vermieden werden, weil man seine Parteimitgliedschaft, die ein Ehrentitel ist, nicht zu geschäftlichen Zwecken hervortreten soll. Noch weniger kann es gutgeheißen werden, wenn jemand seine Parteimitgliedschaft dazu gebraucht, auf irgendeinen Vertragspartner (z. B. auf seinen Hausbesitzer) einen unzulässigen Druck auszuüben.

Diese wenigen Beispiele dürften genügen, um klarzumachen, worauf es uns ankommt. Wir schreiben diese Zeilen keinesfalls aus kleinlicher Tadelsucht. Denn Tadel ist nur dann am Platze, wenn nicht Unkenntnis, sondern Absicht vorliegt; das möchten wir im allgemeinen nicht annehmen. Uns kommt es lediglich darauf an, im Interesse des Ansehens des Handelsstandes rechtzeitig auf Entwicklungstendenzen aufmerksam zu machen, deren Anfänge zwar erst erkennbar sind, die wir aber von vornherein ablehnen. Denn für Reinheit und Sauberkeit des Wettbewerbs kämpfen, heißt auch Front machen gegen jede peinliche und verderbliche Verquickung von Patriotismus und Geschäft. Wir denken, daß niemand, der es gut meint mit seinem Vaterland, es uns verargt, wenn wir hier frühzeitig ein deutliches, d. h. deutsches Wort gesprochen haben.

## „Der deutsche Buchhandlungsgehilfe“ Dezember 1933.

Der große Aufsatz von Dr. Hellmuth Langenbacher, »Neuerscheinungen 1933« wird vielen Buchhändlern im Weihnachtsgeschäft des nationalsozialistischen Deutschland als Ratgeber sehr willkommen gewesen sein. Der Aufsatz scheint uns von solch grundlegender Wichtigkeit auch über die geschäftige Weihnachtszeit hinaus, daß wir hier die grundsätzliche Einleitung wiedergeben:

Allen denen, die auf dem Gebiet der Kultur und Kunst schöpferisch und mitläuferisch tätig sind und die da und dort noch vielleicht von einer gewissen Sorge erfüllt waren (oft einer Sorge, die nur Mangel an Glauben war, und die vor dem Sieg der nationalen Revolution zum Ausdruck gekommen war durch eine merkwürdig kühle Distanzierung von der Bewegung und ihrem Wollen und

\*) Der Artikel ist dem Pressedienst des Einzelhandels entnommen.