

Museum« gab. Zahlreiche zustimmende Antworten bedeutender Männer liefen ein. »Ich freue mich«, schrieb Graf Friedrich Leopold Stolberg, »mich an Sie und die Ihrigen anschließen zu können, lieber Perthes«. Hüllmann nahm sofort in Aussicht, die »Deutsche Gesellschaft« in Königsberg dem »Vaterländischen Museum« anzugliedern und gab der Hoffnung Ausdruck, daß auch in anderen Orten sich ähnliche Gesellschaften bilden und anschließen möchten. Der Theolog Marheineke (damals in Heidelberg, später in Berlin) antwortete u. a.: »Gebe Gott Ihnen, edler Mann, Mut, Kraft und Ausdauer, um ein Unternehmen behaupten zu können, das sich schon durch seine Idee allen Deutschen empfiehlt«. In ähnlich warmen Worten sprachen Arnim, Brentano, Fouqué, Gey, Görres, Ludwig von Haller, Adam Müller, Raumer, Rheberg, Savigny, Friedrich Schlegel, Schleiermacher, Tischbein u. a. ihre Bereitwilligkeit zur Mitarbeit aus. Goethe nahm zwar Anteil, glaubte aber seine Mitwirkung vorerst versagen zu müssen: »Ich muß, obgleich ungerne, ablehnen, an einem so wohlgemeinten Institute Teil zu nehmen; ich habe persönlich alle Ursache, mich zu konzentrieren, um demjenigen, was mir obliegt, nur einigermaßen gewachsen zu sein, und dann ist die Zeit von der Art, daß ich sie immer erst gerne eine Weile vorüberlasse, um zu ihr oder von ihr zu sprechen. Verzeihen Sie daher, wenn ich dem Antrage ausweiche, und lassen Sie mich manchmal erfahren, wie Ihr Unternehmen gedeiht«.

Im Frühjahr 1810 wurde das »Vaterländische Museum« nunmehr öffentlich angekündigt. Im Hinblick auf die politischen Verhältnisse konnten die leitenden Absichten im vollen Umfange natürlich nicht mitgeteilt werden. In dieser Ankündigung heißt es u. a.: »Die der Wiederbringung und Verbreitung des inneren Friedens geweihte Zeitschrift wird nicht politisch sein in dem gewöhnlichen Sinne des Wortes, der auf Mitteilung oder gar Beurteilung der öffentlichen Handlungen und Begebenheiten des Tags geht. Die wahre politische Richtung aber, das Interesse für Staat und Geschichte, meinen wir keineswegs von unseren einer würdigen Beschäftigung gewidmeten Blättern ausschließen und reinen Sinn für geschichtliche Wahrheit verläugnen zu dürfen, den wir als das erste achten. Ernste Sorge werden wir auch tragen für Erhaltung deutscher Bildung und für Bewahrung deutsch-eigentümlicher Art und Wissenschaft und Kunst«.

Im Juli 1810 erschien das erste Stück des »Vaterländischen Museums«; es brachte an erster Stelle Bruchstücke aus dem literarischen Nachlaß Klopstocks, Beiträge von Jean Paul, Georgius, Marheineke und Gedichte von Matthias Claudius, Christian Graf zu Stolberg und Fouqué. Als Mitarbeiter der nächsten Hefte seien noch erwähnt Ernst Moritz Arndt, Görres, von Heeren, Hüllmann, Sartorius, Scheffner, Friedrich Schlegel und Tischbein.

Nach Perthes eigenen Worten übertraf die Aufnahme der neuen Monatschrift alle Erwartungen. Trotzdem mußte ihr Erscheinen mit

dem Januarheft 1811 bereits wieder eingestellt werden. Am 1. Januar 1811 wurde Hamburg eine Stadt im Kaiserreiche Napoleons und Hamburgs Bürger französische Untertanen, unterworfen napoleonischen Gesetzen und Zensurbestimmungen. »Ihr Museum verstummt nun auch«, schrieb einer der Freunde, »aber der Geist wird leben und Sie und Ihr Bestreben preisen«. Wer sich den harten Druck der damaligen Fremdherrschaft in seiner besonders furchtbaren Auswirkung auf Hamburg vergegenwärtigt, wird verstehen, daß das Erlöschen des »Vaterländischen Museums« von vielen seiner Freunde geradezu als nationales Unglück betrachtet wurde.

Ein Friedrich Perthes aber ließ sich nicht so leicht unterkriegen! So störend sich die französische Zensur auch auswirkte, so mußte er sehr bald ihre schwachen Seiten, auch schwache Seiten ihrer Beamten, zu benutzen und seine Handlung mit befriedigendem Erfolge weiterzuführen.

Sechs Jahre hatte die Besetzung nun schon gedauert, und zwei Jahre war Hamburg eine »bonne ville« des napoleonischen Kaiserreichs, als der Zusammenbruch der Großen Armee in Rußland bekannt wurde und Hoffnungen auf eine baldige Befreiung von der Fremdherrschaft aufkommen ließ. In Verbindung mit gleichgesinnten Männern bereitete Perthes nun die Erhebung vor, und als die Franzosen dann unter dem Druck eines heranrückenden russischen Streifkorps am 18. März 1813 Hamburg geräumt hatten, wirkte er an führender Stelle für die Wehrhaftmachung seiner Mitbürger. Aber Marschall Davout vermochte Hamburg bereits im Mai wieder mit starker Macht zu besetzen. Um nicht dem Schicksal seines Berufsgenossen Palm zu verfallen, mußte Perthes mit den Seinen flüchten. Seine Handlung wurde von den Franzosen versiegelt, sein Vermögen beschlagnahmt und sein Haus ausgeplündert, bald aber von einem französischen General als Quartier bezogen.

Perthes fand mit den Seinen in einem befreundeten Hause im damals noch dänischen Alshau ersten Unterschlupf. Von hier aus ordnete er, so gut es ohne Unterlagen und ohne Geldmittel ging, seine geschäftlichen Verbindlichkeiten. Dann hielt es ihn aber nicht länger fern vom großen politischen Geschehen der nächsten Monate. Er eilte nach Mecklenburg zu den von ihm selbst mit gegründeten Hanseatischen Kontingenten und wurde als Mitglied des Hanseatischen Direktoriums führender Vertreter und Förderer aller auf die Befreiung der Hansestädte und die Sicherung ihrer weiteren Unabhängigkeit gerichteten Bestrebungen.

So bekundete Friedrich Perthes nunmehr auch durch die Tat die Gesinnung, die in seinem »Vaterländischen Museum« eine bleibende Pflegestätte leider nicht hatte finden können.

Ernst Mühlbach.

## Die Werbeumsätze im Jahre 1936

Bei fast allen Werbemitteln brachte der Monat Dezember 1936 eine sehr beträchtliche Steigerung der Umsätze. Mit einer Kennziffer von 138,2 erreichten die durch den Werberat erfaßten Gesamtwerbeumsätze einen Hochstand, wie er in den zurückliegenden drei Beobachtungsjahren noch nicht zu verzeichnen war. Im Vergleich zu Dezember 1935 liegen sie um 12,4% höher.

Im Rückblick auf die Entwicklung der Werbeumsätze im Jahre 1936 läßt sich feststellen, daß die im Jahre 1935 zunehmende Werbetätigkeit weiter angehalten hat. Die Steigerungsquote beträgt im Jahresdurchschnitt gegenüber 1935 fast 10%, gegenüber 1934 sogar rund 18%. Die Einbeziehung des Saargebietes in die Statistik der Werbeumsätze seit April 1936 hat auf die Steigerung der Kennziffern nur einen geringen Einfluß ausgeübt.

Unter den einzelnen Werbemitteln hat eine besonders günstige Entwicklung die Anzeigenwerbung erfahren. Unter den einzelnen Anzeigenarten nimmt die Zeitungsanzeige die erste Stelle ein. Ihr Anteil am Gesamtanzeigenumsatz hat jedoch seit 1934 zugunsten der Zeitschriftenanzeige von 63,5% auf 60,7% abgenommen. Dagegen ist der Anteil der Zeitschriftenanzeige von 32,3 auf 34,4% der Gesamtanzeigenumsätze gestiegen.

Die Verkehrsmittelwerbung und der Plakatschlag können gleichfalls — wenn auch in geringerem Umfange — eine Umsatzmehrung gegenüber 1935 aufweisen.

Den großen Auftrieb, den der Werbefilm einschließlich Diapositive gegenüber 1934 erfahren hat, vermochte er im Jahre 1936 nicht ganz zu halten. Jedoch ist der Umsatzrückgang von 1935 auf 1936 geringfügig.

Die Aufwärtsentwicklung der Werbewirtschaft im Jahre 1936 läuft nahezu parallel mit den gesteigerten Einzelhandelsumsätzen. Die Werbetätigkeit hat demnach mit den Einzelhandelsumsätzen Schritt gehalten.

Gleichsam als Kommentar zu den vorstehenden statistischen Angaben, die wir dem neuesten (Februar-)Heft der »Wirtschaftswerbung« entnehmen, können die folgenden Ausführungen betrachtet werden, die der Werberat in seinem Geschäftsbericht für 1936 macht: »Besonders erfreulich ist, daß es gelungen ist, auch solche Kreise für die Wirtschaftswerbung zu gewinnen, die ihr bisher fremd oder gar ablehnend gegenüberstanden. Einzelhandel und Handwerk haben die große Bedeutung der Werbung erkannt, und ihre Organisationen bemühen sich mit den beteiligten Kreisen der Werbewirtschaft, Wege zu finden, um dem Einzelhändler und dem Handwerker eine erfolgreiche Werbung zu ermöglichen. Gerade die wirtschaftlich Schwachen, die häufig glaubten, die Werbung sei ein Vorrecht kapitalstarker Kreise, sind in steigendem Maße an die Werbung herangeführt worden, nachdem es gelungen war, auf Grund der Preistreue auch den kleinen Werbungtreibenden gerechte Preise sicherzustellen, und zu verhindern, daß mächtige Betriebe sich Sondervorteile erzwingen konnten.

Der Aufschwung der Werbung ist um so erfreulicher, als es sehr beachtliche Umstände gab, die dieser Entwicklung entgegenstanden. Zu ihnen gehören vor allem die Werbebeschränkungen. Wenn der Werberat auch mit großem Erfolge die Werbebeschränkungen bekämpft hat, so darf doch nicht vergessen werden, daß schon allein das Vorhandensein derartiger Beschränkungen zunächst einen ungünstigen Einfluß auf die Werbung ausübt; denn die beteiligten Kreise glauben, sich