

andererseits, besonders in Bayern, eine ganze Reihe von künstlerisch hochstehenden Militär-Diplomen erstanden, die nicht nur eine Ehrung des Besitzers bedeuten, sondern auch als Kunstblätter einen materiellen Wert haben. Die Ausstellung enthält viele solche gute Soldatenbilder. Es sei hier nur auf die flotten Bilder des ehemals kgl. bayerischen Artilleriehauptmanns Angelo Jank verwiesen, die jedes Soldaten- und Reiterherz erfreuen, auf die Arbeiten Otto Greiners u.a.m. Aber auch unsere nationale Militärgraphik darf sich sehen lassen. Sie ist älter als die meiste ausländische und auch künstlerisch nicht wertlos. Als die Kantone im Militärwesen noch recht souverän waren, haben sie es nicht versäumt, unsern Grossvätern usw., die es etwa zum Hauptmann, Major oder gar Obersten gebracht hatten, bei ihrem Austritt aus der Wehrpflicht den Dank für die geleisteten Dienste auf einer oft patriotisch geschmückten Abschiedsurkunde auszusprechen, die, eingerahmt, eine hübsche Zierde des bessern „Stübli“ abgab. In neuerer Zeit sind namentlich im Plakatwesen auf die eidgenössischen Unteroffiziersfeste hin wirkungsvolle und schöne Bilder erstanden.

Neue Zürcher Zeitung.



Vortrag in Berlin: Die deutsche Sprache in der Reklame.

So hiess ein Vortrag, der am 5. Mai in der Philharmonie von dem Ausschuss für gute deutsche Werbesprache veranstaltet war, über den unsre Zeitschrift bereits ausführlicher berichtet hat: Märzheft, Seite 95 und Maiheft, Seite 133.

Man konnte an der Zahl der Teilnehmer erkennen, wieviel Anteil der Gegenstand fand. Die einleitenden Worte wurden von Herrn Prof. Walter Saure vom Allgemeinen Deutschen Sprachverein gesprochen, denen sich der anregende Vortrag des Herrn Prof. Engel anschloss. Er betonte, dass nur in Deutschland ein solcher Vortrag notwendig sei, dass nur die Deutschen ihre eigene Sprache mit Fremdwörtern verunreinigt haben. Weder in England noch in Frankreich müsste das Volk durch derartige Vorträge aufgerüttelt werden, dort sei eine solche unwürdige Ausländerei ganz unmöglich.

Es ist jetzt Sache der Kaufleute, dass sie für Fach- und Werbezwecke die deutsche Sprache einführen und nicht erst warten, bis die höchsten Behörden eingreifen müssen und man von einer sogenannten polizeilichen Sprachenreinigung sprechen müsste. Er führte einige bekannte Wörter vor, die, obwohl sie im Leben des Kaufmanns bisher unvermeidlich waren, jetzt bei den Zuhörern schallende Heiterkeit erweckten, so: Spezial, Universal, Prima, Institut, Garantie usw. Bei näherer Untersuchung kam man sogar zu der Ueberzeugung, dass in vielen Fällen, wo es sich nicht um wirklich gute, zutrauenerweckende geschäftliche Anpreisungen handelte, Fremdwörter absichtlich gewählt würden, um die Dummheit der Käufer, die die fremden Ausdrücke garnicht verstehen, auszunutzen. Als Beispiel nannte er die hübsche Aufschrift eines Berliner Similibrillengeschäftes: „garantiert echte Imitationen!“

Der Vortragende erinnerte noch mit kurzen Worten wie schwer es nach dem Kriege 70/71 schien, wo der Anfang zur Rückkehr zur deutschen Sprache gemacht wurde, der Ansturm, mit solchen Bestrebungen durchzudringen, einsetzte und wie seitdem eine Menge Worte ganz volkstümlich geworden seien, die früher unersetzlich schienen. Es gehöre nur der feste Wille dazu, nicht auf einmal könne freilich alles erreicht werden.

Es schloss sich daran eine längere Aussprache, an der sich mehrere Redner beteiligten. Graf Hoensbroech wies darauf hin, dass der Kampf gegen die Fremdwörter nicht einfach sei, weil uns diese durch Gewöhnung allzu geläufig geworden wären. Das deutsche Reisepublikum solle aber energisch gegen die Bezeichnung „Hotel“ in den verschiedensten Benennungen Front machen, dann werde es gelingen, den alten deutschen Namen „Gasthof“ selbst für Geschäfte ersten Ranges zur Geltung zu bringen. Für Beibehaltung des Wortes „Militarismus“ könnte man schon eintreten mit Rücksicht darauf, dass dieser Ausdruck von unseren Gegnern immer wieder gegen uns ausgespielt werde. Staatsminister a. D. Freiherr v. Thielemann erklärte, dass er in seinen zahlreichen Beamtenstellungen anfangs immer mit Beamten zu tun gehabt habe, deren Schriftsätze mit Fremdwörtern förmlich gespickt gewesen seien. Nun habe er nie darüber langatmige Instruktionen erteilt, sondern nach und nach durch kurze Hinweise erzielt, dass von den Beamten jedes Fremdwort vermieden worden sei. Wenn in der Fremdwörterfrage namentlich der Kaufmanns- und Gewerbestand festbleibe, könne vieles erreicht werden. Der Vorsitzende des Vereins deutscher Reklamefachleute, Georg Wagner, meinte, dass man dem deutschen Kaufmann in dieser schweren Zeit auch nicht zuviel zumuten dürfe, da er nicht überall Bahnbrecher sein könne. Sache des Publikums sei es, nur dort die Einkäufe zu machen, wo deutsche Waren unter deutscher Bezeichnung verkauft würden.

