

Staat, in dem jedesmal so und so viel Parteigruppen in eine Vorlage hinein zu kompromisseln sind. Uns, die wir bei derlei Gelegenheiten an breite, von geheimrätlich bedachten Federn für die „Norddeutsche Allgemeine“ stilisierte Kommentare gewöhnt sind, muss solch Appell an die Strasse fremdartig, wenn nicht gar befremdlich anmuten. Oder gar imponieren?! Ich wenigstens habe einigen Respekt vor einer solchen Wendung zum Volk, den Schiedsrichter zwischen den Parteien zu machen. Imposant erscheint mir auch die Aufklärung, die bei Beginn der Kämpfe in Serbien über die politische Situation und die Endziele dieses deutschen Vordringens dem englischen Volke gegeben worden ist (Abb. 99). Ich weiss nicht, ob diese von der „Daily Mail“ am 11. Oktober gebrachte Karte eine bestellte Arbeit der Regierung ist oder ob die Initiative dafür ganz der Zeitungs-Redaktion gehört. Jedenfalls ist dieses Stück angewandter Graphik — das von ferne an die prächtigen alten Landkarten aus der Zeit vor unsern so tristen Atlanten denken macht — mehr als jeder Aufruf und jede Abhandlung politisch aufklärend. Nichts Schlagenderes und auch zeichnerisch nichts Geschickteres als diesen Road to India kann ich mir denken. Und ich meine, es wäre zum Muster zu nehmen, wenn — jetzt wohl des öfteren — sich die Notwendigkeit herausstellen sollte, dem Volk politisch-geographische Unterweisungen zu erteilen. Auch nach der Richtung haben wir uns wohl einiger Schwerfälligkeit, um nicht zu sagen Rückständigkeit zu zeihen. Aus anderen Ländern, aus Amerika, aus Ungarn und Schweden (wie weiterhin noch zu betrachten sein wird) sind ähnliche Aeusserungen des politischen Geistes in grosser Zahl zu verzeichnen, während es bei uns, abgesehen von den Agitationsreisen, die seinerzeit Dernburg zur Durchsetzung seiner kolonialpolitischen Absichten machte, kaum ähnliches geben dürfte. Ich weiss nicht, ob dieser Mangel an Farbigkeit des politischen Lebens — vielleicht darf man sogar von Mangel an politischem Temperament reden — ein Vorzug ist. Erklärlich genug ist ja diese Scheu vor dem Eindringen von Reklametaktiken in die grossen Angelegenheiten der Nation. So sehr und so schnell der Deutsche auch in dem letzten Jahre den faktischen Wert grosszügiger Propaganda begreifen gelernt hat, so sehr ist er doch auch noch innerlich befangen einer Erscheinung wie der Reklame gegenüber. Wenn er es auch nicht zugeben will, bei aller Reklame denkt er doch immer ein wenig noch an Barnum und Humbug. Oder, was in der Wirkung noch töflicher: Reklame und Reklamemacher hält er für unvornehm, windbeutelig, marktschreierisch, so dass es ihm wider die Natur geht, Angelegenheiten

wie die Fleischzölle, die Branntweinliebesgaben, die Kanalvorlage oder derlei Dinge, die, im rechten Licht besehen, vielleicht selbst nicht gerade den Gipfel der Vornehmheit ausmachen, durch sie in aller Leute Mund gebracht zu sehen. Hätte man solch politische Streitfragen — und es gibt noch gewichtigere, die ich jetzt während des Krieges nicht unnötig aufrühren möchte — auf so lapidare Formulierungen zu bringen gewusst, manche Entscheidung wäre vielleicht bestimmter und gewiss anders gefallen. Man vergegenwärtige sich, welch ungeheure Wirkung ein bedrucktes Blatt Papier wie das Knackfuss'sche Tendenzstück: „Völker Europas wahrt Eure heiligsten Güter!“ auf den ganzen Erdball übte. Gewiss wäre auch jene vorgebliche Vornehmheit zu überwinden, wenn wir selbst eine sinnlichere Rasse wären, wenn damit zu rechnen wäre, dass Farben und Formen so lapidaren Eindruck auf das Volk machten, wenn das Schlagwort bei unseren Massen mehr Nachhall hätte. Es mag ja sein, dass sich in der Hinsicht in der letzten Zeit vor dem Kriege — wohl gerade als eine Folge grosszügiger Reklame — einiges geändert hat, dass es für schlagend knappe Prägungen doch schon Augen und Ohren auch bei uns gibt; allein es ist nicht zu vergessen, wir Deutschen haben nicht nur zu gelten als das Land der Dichter und Denker, sondern auch als das der Broschürensreiber und Broschürenleser. Des Langen und vor allem des Breiten muss bei uns das Für und Wider einer politischen Möglichkeit, es müssen Argumente, sehr viel Argumente, viel mehr als in eine ganze Serie von Leitartikeln gehen, vorgebracht werden und der verehrte Wähler will sie auch alle vorgebracht haben. Einen Fall wie den des David'schen Bildes der „drei Horatier“ hat es wohl bei uns niemals gegeben. Damals, als das Bild der drei sich gegen ungerechte Tyrannis verschwörenden Republikaner an die Öffentlichkeit kam — es war der Augenblick, als das des Jakobinerwahnwitzes überdrüssige Frankreich reif für das Konsulat war —, gab es ein frenetisches Jubeln in den Herzen aller wahren Republikaner. Jeder einzelne, so wird uns berichtet, leistete im Stillen den Schwur mit, an dem Tage blickte Paris noch einmal so bewundernd auf das alte Rom, und es war Zeit für Napoleon, diesen Sehnsüchten ein Schauspiel neuer Grösse entgegenzustellen. Napoleon, der jenen David auch nicht ziehen liess, sondern aus begreiflichen Absichten heraus ihn zu dem von Anton von Werner späterhin geübten Handwerk zu benutzen wusste. Schliesslich war das ja auch Napoleon, der, fast wagt man es zu sagen, als einer der genialsten Reklamer Menschen für seine Person zu suggerieren und zu