

Bierplakats anregte, mag zutreffen, aber das braucht nicht ihm zum Vorteil angerechnet zu werden — denn auch das Schlechte wird nachgeahmt.

Herr Schalcher ist der Meinung, ich beurteile das Plakat nur als Amerikaner. Das trifft aber nicht zu, denn ich stamme ja selbst von Deutschen ab, wohne seit langen Jahren in Deutschland und habe mich ganz besonders mit der deutschen Plakatkunst befaßt, ja sie sogar in England und Amerika eingeführt. Nur vom künstlerisch-reklamepsychologischen-bacchischen Standpunkt aus habe ich es beurteilt. Die Härte oder Schärfe meiner Ablehnung veranlaßt meinen Kritiker zu der Bemerkung, daß das Plakat auch auf mich einen Eindruck mache. Das ist nicht zu bestreiten. Aber die einzig zulässige Frage ist hier: Was für einen Eindruck? Eine geballte Faust vor der Nase macht sicher einen Eindruck — auch eine offen dargebotene Hand. Eine duftende Rose macht ihren Eindruck — und ebenso ein verwester Fisch. Eben auf das kommt es beim Menschen wie beim Plakat an. Es kam mir nicht in den Sinn, das Plakat von Herrn Pfeil schwach oder wirkungslos zu nennen — sondern nur unpassend. Es ist leider auch nicht »anstößig« — denn dieser trübe Humpen verleitet einen nicht zum Anstoßen. Bestünde das deutsche Volk aus lauter Landsknechten, so würde ich das Plakat vortrefflich nennen.

Es mag — leider — schon richtig sein, was Herr Schalcher erwähnt — der Deutsche muß die Aufforderung, seinen eigenen Wein zu trinken, als Befehl empfinden. Es muß an sein Pflichtgefühl gerüttelt werden. Den Text des Plakats habe ich aber nicht kritisiert. Es wäre traurig, wenn der Deutsche nur auf den Befehlston reagierte — das wäre eine schlimme Verdammung des deutschen Menschen und würde ihn im Angesicht der freien Menschheit herabsetzen. In meinem Buche »Wenn ich Deutscher wäre!« habe ich versucht, diesen Zug im deutschen Wesen zu erklären. Manch traurige Erfahrung habe ich auch in Deutschland gemacht, wo Höflichkeit und Liebenswürdigkeit einfach als Angst ausgelegt wurden — gerade weil man nur an den Befehlston gewöhnt war — und was davon abwich, »verdächtig« fand!

Aber das Weinplakat ist auch in diesem Punkte nicht spezifisch deutsch. Der Befehl ist ein alter Trick in der Reklame. Der englische Poststempel trug jahrelang den Befehl: "Buy British Goods!" Aber keine andere Reklame hatte jemals den Massenerfolg von: "Good morning, have you used Pears' Soap?" Es wäre traurig genug, wenn »nur

der Befehl in Deutschland ernstgenommen würde.« Was sagen die deutschen Demokraten dazu? O ja, verehrter Herr Schalcher, es gibt auch liebenswürdige Befehle — wenigstens in der Reklame — es gibt eine Mischung von Bitte und Befehl und Einladung — die Graphik trägt ihren Teil dazu bei, z. B.: »Try Baker's Chocolate.«

Traurig genug wäre es auch, wenn der Deutsche erst durch Befehl und Pflichtgefühl angeregt werden müßte, seine eigenen herrlichen Weine zu trinken! Überhaupt liegt viel Groteskes in dem Begriff des Weintrinkens auf Befehl und aus Pflichtgefühl. Ein Ausländer, der viel zur Ernährung deutscher Kinder und Frauen in den Hungerjahren beigesteuert hatte, sagte mir neulich beim Anblick weintrinkender Deutscher in einem Luxus-Restaurant: Sie vergessen ihre Pflicht ihren eigenen Volksgenossen gegenüber. Wäre das Ausländische von den Deutschen nicht bevorzugt, wäre der Deutsche nicht so anational veranlagt, dann wäre die richtige Form des Befehls vielleicht folgende: »Trink keine ausländischen Weine!« Der Deutsche bevorzugt aber tatsächlich das Ausländische. Der Deutsche hat ja selbst ein Sprichwort, das sehr charakteristisch ist: »Es ist nicht weit her«, ist also heimisch, ist also minderwertig. Wo anders gibt es noch ein so großes Volk, daß sich so selbst verkleinert?

Wenn der deutsche Mensch von heute nur durch die drohende gepanzerte Faust zur Pflicht des Weintrinkens aufgefordert werden kann, dann wäre vielleicht ein Knüppel oder eine Peitsche noch mehr am Platz — dekorativ mit dem dargebotenen Römer vereinigt. Dann ist auch der mit Mostrich gefüllte Römer, von der gepanzerten Faust (ein anderer Gegner des Plakats nennt sie »Leichenfinger«) umklammert, viel zu schwach. Und was übrigens das fehlende Glanzlicht betrifft, so wäre das durchaus mit der Flachmanier vereinbar.

Wie ich aber den oppositionellen, partikularistischen Geist der lieben Deutschen kenne, so würde ein Befehl, der nur Befehl wäre, auch das Gefühl auslösen: »Nun, jetzt gerade nicht!« Schließlich kommt es nicht so sehr auf den Befehl an, sondern auf die Wirksamkeit des Befehls. Und der Befehl ist nur wirksam, wenn er Furcht einzuflößen vermag. Und das vermag er nur, wenn die Macht dahinter steht. Wenn aber nur das Pflichtgefühl dahinter steht? Im heutigen Deutschland? Nun, dann benutzt eben solche Plakate, die den Deutschen auffordern, eine der natürlichsten, selbstverständlichsten und angenehmsten Pflichten der Welt zu erfüllen!