

bestimmt, daß selbst der erfolgreichste Krieg das schlechteste Geschäft ist. Und ist der Krieg das schlechteste Geschäft, so muß der Frieden das beste sein. Fast 20 Jahre sind seit Kriegsbeginn vergangen — was hat die Menschheit gewonnen? Millionen Menschen sind vernichtet worden, Millionen Menschen sind zu Krüppeln geworden, Millionen Existenzen sind zugrunde gerichtet und Vermögen, die aus dieser Vernichtung herauswuchsen, sind größtenteils dubios geworden.

Wir haben dieser Entwicklung fast untätig zugesehen. Wir haben unsere Kraft dafür eingesetzt, daß Kosmetik- und Automobilfabrikanten bessere Geschäfte machten. Wir haben die politischen und geographischen Handelsbeschränkungen — die unheilvollen Folgen des Krieges — als eine Schicksalsfügung hingenommen. Wir haben nie daran gedacht, daß die Kriegsbegeisterung in den Köpfen von Menschen entstanden ist, deren Wünsche und Bedürfnisse wir durch unsere Propaganda nur allzuoft grundlegend umgestimmt haben.

Warum also sollen wir nicht — mit allen Mitteln unserer Kunst und unseres Wissens — die psychologische Umstimmung dieser Massen auf den Frieden, das höchste Wirtschaftsziel, versuchen! Ist es nicht verwunderlich, daß fast 15 Jahre nach dem Kriege vergehen mußten, bis die Propagandisten zu erkennen beginnen, daß ihr Wissen und Können den großen Menschheitszielen ebenso nützen kann wie den egoistisch-kommerziellen. Der Propagandist im Kriege war ebenso wichtig wie der Mann am Geschütz. Der Propagandist im Frieden ist ebenso wichtig wie der politische Kämpfer und Agitator. Und der Propagandist wird jetzt vor die größte Aufgabe gestellt: er soll der wirtschaftlichen Vernunft den Weg bereiten helfen.

Ich bin der Ueberzeugung, daß unsere Berufskollegen sich mit der gleichen Begeisterung in den Dienst dieser Aufgabe stellen werden wie unsere französischen Kollegen. Es gilt jetzt, diese Arbeit zu organisieren. Wir wollen keinen neuen Verein oder Verband schaffen, sondern wir wollen alle, die gewillt und geeignet sind,

of human lives have been destroyed, millions of healthy men shot to cripples, millions of existences ruined, and even the fortunes which grew up out of this ruin have for the most part begun to rock and sway.

We have watched these developments almost inactively. We have used our powers to help manufacturers of cosmetics and automobiles to increase their profits. We have accepted the political and geographical limitations of business — the disastrous consequences of the war — as if they were decrees of Fate. We have never stopped to think that war-enthusiasm has its origin in the brains of those very same human beings whose desires and needs we have only too often been able to excite or to reverse completely by means of our propaganda.

Why should we not apply all our art, all our knowledge and attempt psychological conversion of these masses to the idea of peace — the highest economic end? Is it not amazing that nearly fifteen years must elapse after the conclusion of the war before the propagandists began to recognize that their knowledge and their powers could be of just as much use to the great ideals of mankind as to commercial ends? The propagandist was as important in war-time as the man at the gun. The propagandist in time of peace is just as important as the political debater and agitator. And now the propagandist finds himself face to face with the greatest of his tasks: he is to prepare the way for economic common-sense.

I am convinced that our professional colleagues will give their services to this cause with the same enthusiasm as their French colleagues. The next thing is to organize the work to be done. We do not want to create a new guild or a new society, but we do want to concentrate all those who are willing and fitted to undertake this work into a working league. The organisations already in existence will be assimilated in this working league. Work has already begun and is carried on at the following address: